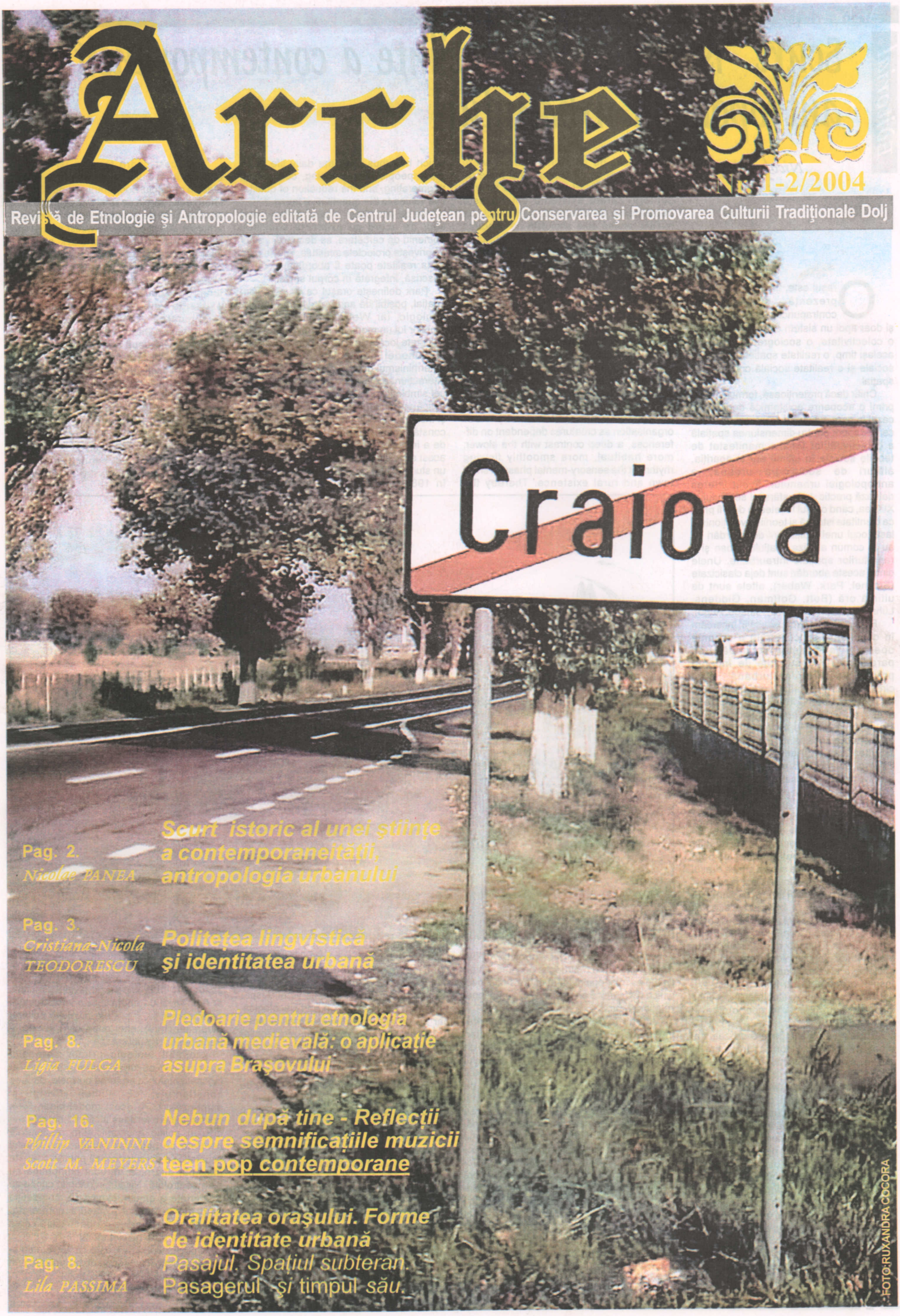
Arhe

Nr. 1-2/2004

Revistă de Etnologie şi Antropologie editată de Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj



Pag. 2.
Nicolae PANEA
Scurt istoric al unei ştiinţe a contemporaneităţii, antropologia urbanului

Pag. 3.
Cristiana-Nicola TEODORESCU
Politeţea lingvistică şi identitatea urbană

Pag. 8.
Ligia FULGA
Pledoarie pentru etnologia urbană medievală: o aplicaţie asupra Braşovului

Pag. 16.
Phillip VANINNI
Scott M. MEYERS
Nebun după tine - Reflecţii despre semnificaţiile muzicii teen pop contemporane

Pag. 8.
Lila PASSIMA
Oralitatea oraşului. Forme de identitate urbană
Pasajul. Spaţiul subteran. Pasagerul şi timpul său.

Editorial

Scurt istoric al unei ştiinţe a contemporaneităţii, antropologia urbanului

Nicolae PANEA

Oraşul este, înainte de toate, o prezenţă spaţială, un contrapunct în armonia naturii şi doar apoi un sistem complex de relaţii, o colectivitate, o sociogramă. Este, în acelaşi timp, o realitate spaţială cu efecte sociale şi o realitate socială condiţionată spaţial.

Chiar dacă pretenţioasă, formula poate primi o acoperire epistemică deplină, în cazul în care acceptăm interesul din ce în ce mai sporit pentru dimensiunea spaţială a colectivităţilor umane manifestat de teoriile sociale în ultimii ani şi apariţia, alături de sociologia urbană, a antropologiei urbanului. Acest interes datează practic de la sfârşitul secolului al XIX-lea, când oraşul încetează de a fi privit ca o entitate istorică şi teoriile evoluţioniste lasă locul unei multitudini de abordări ce au în comun analiza spaţiului urban şi a raporturilor spaţiale intraurbane. Unele dintre aceste abordări sunt deja clasicizate (Simmel, Park, Weber), altele sunt de ultimă oră (Bott, Goffman, Giddens, Luhmann, Hannerz, Chiva, Althabe, Augé).

Fără pretenţia exhaustivităţii, încercăm în continuare să conturăm o schemă operantă a acestei schimbări de paradigmă. Preocupările de început privind sociologia urbană sunt circumscrise legitimării unor metode de lucru şi a unui spaţiu de aplicare a acestora. Park şi Weber intenţionează să stabilească modele de oraş, subliniind necesitatea independenţei unor studii referitoare la noul domeniu, în timp ce Simmel este preocupat de felul în care analizele aplicate asupra realităţii urbane pot fi absorbite într-o analiză generală privind societatea în ansamblu.

Simmel este, în primul rând, un filosof interesat de condiţia omului modern. În *Sociologia* lui, el consideră că relaţiile sociale în oraş sunt relaţiile sociale moderne prin definiţie şi că a studia oraşul înseamnă a studia societatea modernă, drept pentru care el oferă o sumă de concepte necesare înfăptuirii acestor studii. El nu creează, însă, un model analitic, cu toate că opera lui va influenţa şcoala de la Chicago prin aplicabilitatea elementelor de psihologie socială, ci o sociologie abstractă sau, cum afirmă el însuşi, o geometrie a lumii sociale[1], în care să interacţioneze studierea individului şi ale activităţilor sale economice şi politice.

Societatea urbană generează cea mai modernă formă de conflict între om şi natură, consideră Simmel în lucrarea din 1903, *Metropola şi viaţa psihică*, conflict reprezentat printr-un antagonism complex între dorinţa omului de a-şi păstra independenţa şi individualitatea, pe de o parte, la care se adaugă întreita acţiune a moştenirii istorice, a influenţelor culturale externe şi a tehnicilor de supravieţuire: "The deepest problems of modern life flow from the attempt of the individual to maintain the independence and individuality of his existence against the sovereign powers of society, against the weight of the historical heritage and the external culture and techniques of life"[2]

În această lucrare de început, Simmel demonstrează că spaţiul urban metropolitan impune un alt tip de psihologie decât cel rural, sau cel al oraşelor mici, concretizat de o intensificare a vieţii emoţionale şi de un consum mai mare de energie mentală. El pleacă de la axioma conform căreia existenţa umană este dependentă de diferenţe, mai exact, că mintea umană este stimulată de diferenţa dintre impresiile prezente şi cele precedente. În acest sens, se instaurează un decalaj între existenţa urbană şi cea rurală, generat de diferenţa de ritm şi de caracterul vieţii mentale; urbanului fiindu-i proprie o intensificare a caracterului intelectual în timp ce ruralului rămânându-i specifică dezvoltarea relaţiilor emoţionale: "To the extent that the metropolis creates this psychological condition-with every crossing of the street, with the tempo and the multiplicity of economic, occupational and social life-it creates in the sensory foundations of mental life, and in the degree of awareness necessitated by our organisation as creatures dependent on differences, a deep contrast with the slower, more habitual, more smoothly flowing rhythm of the sensory-mental phase of small town and rural existence. Thereby the essentialy intellectualistic character of the mental life of the metropolis becomes intelligible as over against that of the small town which rests more on feelings and emotional relationships."[3]

Această preeminenţă a existenţei intelectuale a tipului uman metropolitan generează un fel de organ protector faţă de fluctuaţiile şi discontinuităţile mediului înconjurător, faţă de dominaţia metropolei. Manifestarea concretă a activităţii de protejare a vieţii individuale scoate în evidenţă o serie de fenomene care au puterea de a caracteriza existenţa urbană. Simmel apreciază că cele mai însemnate dintre aceste fenomene sunt egoismul economic (p.53) şi impoderabilitatea relaţiilor personale (p.53). Conjugate, acestea oferă o adevărată viziune despre lume:" The modern life has became more and more a calculating one. The calculating exactness of practical life which has resultet from money economy corresponds to the ideal of natural science, namely that of the transforming the world into an arithmetical problem and of fixing every one of its parts in a mathematical formula. It has been money economy which has thus filled the daily life of so many people with weighing, calculating, enumerating, and the reduction of qualitative values to the quantitative terms."[4]

Pe de altă parte, Weber şi Park, deşi sunt de acord cu existenţa unui nou domeniu de cercetare, se despart în ceea ce priveşte proiectele acestuia, felul în care noua realitate poate fi abordată, definită, descrisă, integrată în corpul social.

Park defineşte oraşul ca un organism spaţial, posibil de analizat după un model ecologic, iar Weber aplică în cadrul teoriilor lui un model al oraşului văzut ca o societate locală. În timp ce primul dezvoltă un model biologic, derivat din determinismul darwinist, model centrat pe interacţiunea dintre două niveluri (ordine), cel simbiotic şi cel social, cel de-al doilea aplică un model axat pe politic, economic şi instituţional. Importanţa acestor modele constă în generativismul lor, în capacitatea de a impune o tradiţie, un siaj teoretic. În acest sens, Parker Frisbie şi Kasarda, într-un studiu bilanţ, *Spatial Proces*, ce apărea în 1988 într-un manual de sociologie, publicat la Londra, sub coordonarea lui N. J. Smelser, Handbook of Sociology, ajungeau la concluzia că în sociologia de expresie anglofonă se poate vorbi despre o tradiţie dual; pe de o parte ecologică, iar pe de altă parte, ceea ce ei numeau urban political economy, o sinteză a teoriilor critice privind societatea urbană. Această tradiţie îşi are rădăcinile în operele lui Park şi, respectiv, Weber.

Park se interesează în anii '20-'30 de fenomenul urban, de oraş pe care îl vede ca pe un laborator social unde pot fi analizate cele mai tipice procese ale lumii contemporane (*The Urban community as a spatial pattern and a moral order*, 1926, şi *The City as a social laboratory*, 1929). Interesul său special se concretizează în teoria oraşului ca organism spaţial ce antrenează o metodă a ecologiei urbane (*Human Ecology*, 1936), căci substratul teoretic al acestei metode este legat de faptul că Park acordă o importanţă particulară proceselor şi nu structurii, stării de dezechilibru şi nu celei de echilibru, forţelor impersonale, ideii absorbite în conceptul de istorie naturală.

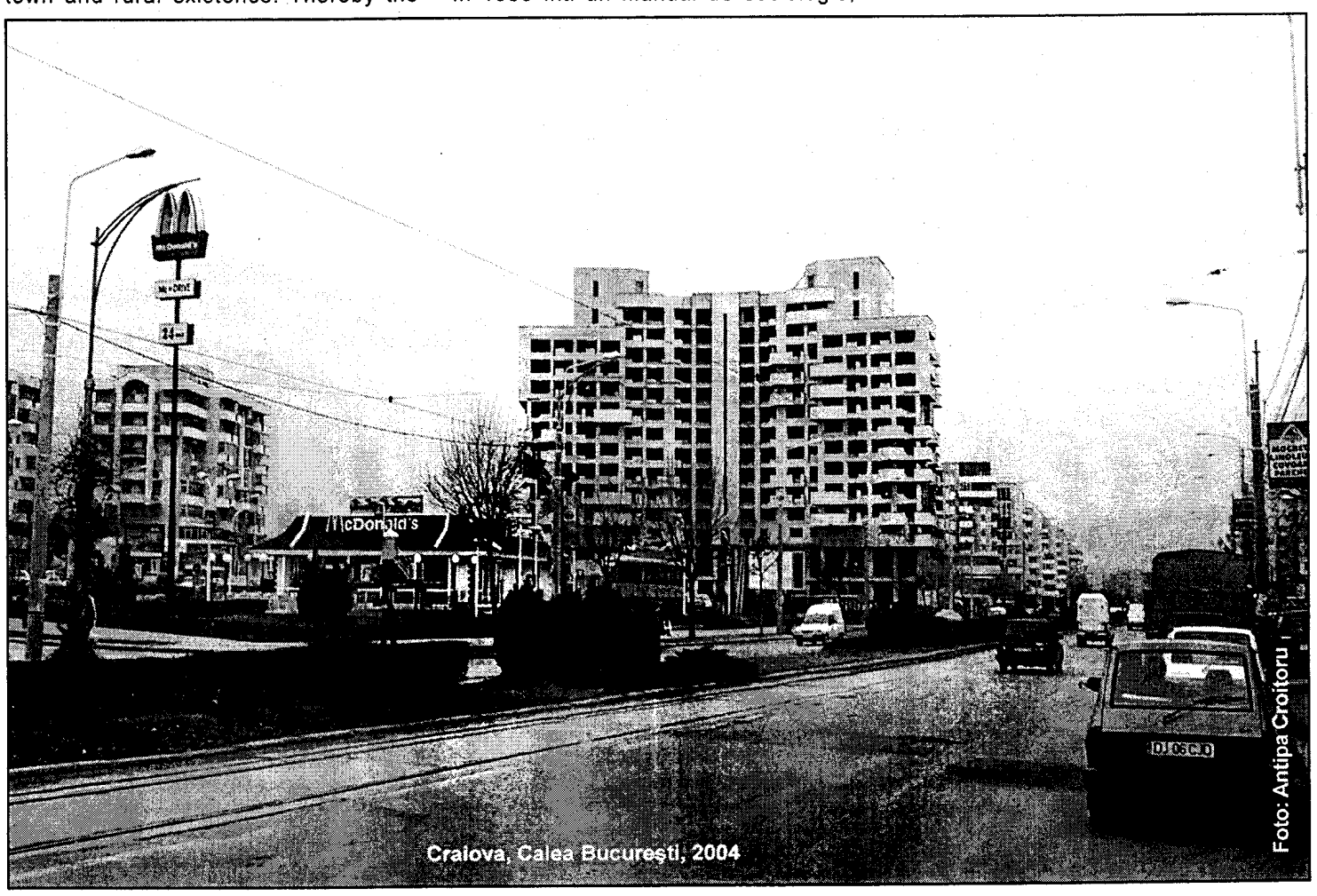
Tot acest cadru teoretic îşi găseşte originile în evoluţionismul darwinist şi, mai ales, în principiul cooperării competitive prin intermediul căreia se stabilesc echilibre între speciile animale şi vegetale, între individ şi ambient. Acest model darwinist este şi mai perceptibil atunci când Park prezintă interacţiunea dintre cele două ordine care caracterizează societatea umană, cel simbiotic sau ecologic şi cel social sau cultural. Cele două ordine sunt generate de existenţa unor serii de principii, iar funcţionarea lor reglată de diferite mecanisme. Diferenţa dintre cele două ordine separă două tipuri de societate, cea simbiotică, bazată pe competiţie, şi cea culturală, bazată pe comunicare şi consens.

Competiţia este înţeleasă de Park în sensul biologic al luptei pentru supravieţuire, un fenomen continuu şi universal, care are drept urmare însingurarea. În schimb, comunicarea şi consensul sunt contextuate unei arii a eticului, referindu-se la idealuri şi tradiţii comune, la capacitatea de a disciplina impulsurile pentru a transcende starea naturală şi a deveni fiinţe sociale, morale. Separarea nu este, însă, netă şi definitivă, căci Park vede un raport absorbant între cele două: nivelul simbiotic ar fi un nivel de adâncime, o infrastructură ce transmite la suprafaţă nivelului cultural (suprastructura), energii pe care acesta le transformă, le sublimează.

Modelul biologic primar este aici suplimentat de unul psihanalitic, cel al inconştientului ce perturbă normele, ordinea conştientului cu stimuli diverşi şi surprinzători. Pe acest model binar, Park construieşte o ierarhie alcătuită din alte trei niveluri, politic, economic şi moral, ierarhie centrată pe noţiunea de libertate. Nivelul simbiotic se caracterizează printr-o libertate maximă, anarhică întrucât competiţia nu este controlată. Nivelul economic cunoaşte o libertate a omului diminuată, competiţia fiind într-o oarecare măsură controlată. Libertatea se diminuează pe măsură ce se înaintează spre nivelul moral.

Concluzia lui Park este că societatea s-ar putea defini ca o formă de organizare prin care se reglementează controlul.

(continuare în pagina 21)



Craiova, Calea Bucureşti, 2004

Foto: Antipa Croitoru

Studia

Politețea lingvistică şi identitatea urbană

Cristiana-Nicola TEODORESCU

***Politețea este o monedă care nu-l îmbogățeşte pe cel care o primeşte, ci pe cel care o dă.* (proverb persan)**

De mai bine de zece ani, cercetările asupra politeții lingvistice au cunoscut o adevărată explozie. Pentru a ne convinge nu trebuie decât să consultăm *Bibliography on linguistic politeness*, bibliografie impresionantă de aproape 900 de titluri, publicată în 1994 în numărul 5 al *Journal of pragmatics* .

De unde acest interes marcat pentru politețea lingvistică şi diversele sale manifestări? Am putea găsi două surse principale: mai întâi faptul că sfârşitul secolului al XX-lea a fost marcat de ceea ce Tzvetan Todorov a numit "încrucişarea culturilor", iar apoi atenția pe care lingviştii o acordă astăzi comunicării, interacțiunilor verbale, analizei conversaționale. Căci politețea este o formă de comunicare cu valențe comunicative şi relaționale foarte clare.

În acelaşi timp, analizele pragmatice, conversaționale şi sociolingvistice au demonstrat cu prisosință faptul că membrii diferitelor comunități socioculturale posedă mijloace de comunicare care le sunt specifice şi care îi individualizează. Aceste variații comunicative sunt departe de a fi formale şi superficiale, ci, dimpotrivă, sunt sistematice şi profunde, stilul comunicativ al locutorilor reflectând sistemul de valori al comunității respective. Actele de limbaj (*a saluta, a ura ceva cuiva, a mulțumi* etc.), chiar dacă sunt universale, sunt, în mod evident, marcate din punct de vedere cultural, variind de la un sociolect la altul.

În acest context teoretic, politețea urbană îşi găseşte spațiul său privilegiat de analiză sociolingvistică şi comunicativă, salutul şi urarea fiind două acte de limbaj care pot spune multe despre sistemul de valori al comunității respective.

Se conturează, astfel, cele două axe ale analizei noastre, politețea lingvistică şi identitatea urbană, axe în jurul cărora vrem să ne construim demonstrația. Şi aceasta pentru că politețea este un fenomen pertinent din punct de vedere lingvistic şi comunicațional. Am pornit de la ipoteza că politețea lingvistică este slab reprezentată în marile aglomerări urbane, aceasta constituind una din trăsăturile specifice ale identității urbane.

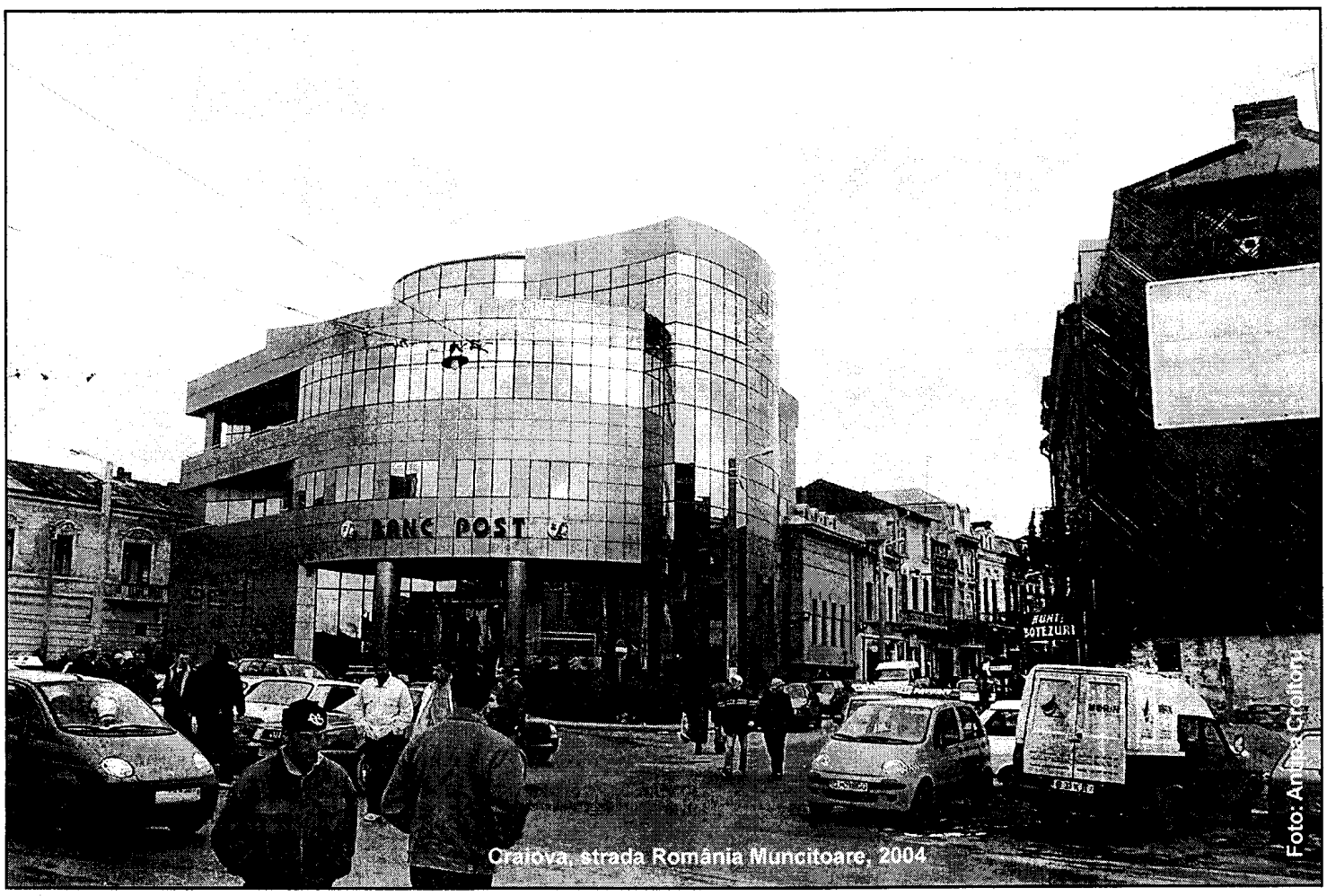
Noțiunea de politețe lingvistică este aici înțeleasă în sens larg, acoperind toate aspectele discursului care sunt reglate prin reguli şi a cărei funcție este de a prezerva caracterul armonios al relației interpersonale. Politețea astfel concepută depăşeşte faimoasele formule inventariate în manualele de bună purtare.

De la salutul generalizat al comunităților rurale tradiționale, în care "binețea" stabilea contactul dintre indivizi şi până la lipsa de contact comunicațional observată astăzi în marile comunități urbane drumul ni se pare lung şi plin de semnificații atât comunicaționale, cât şi socioculturale. Aceste reflecții au fost determinate de rezultatele unei teme de seminar a studentelor de la masteratul *Linguistique variationniste* de la Facultatea de Litere, cu care am avut onoarea de a lucra în primul semestru al acestui an universitar. Studentele au avut sarcina de a efectua o anchetă sociolingvistică pentru a observa comportamentul comunicațional al cumpărătorilor din magazinele craiovene. S-au urmărit cu precădere actele de limbaj *a saluta, a mulțumi* şi *a ura*, care ar trebui, în mod normal, să apară în comunicarea cumpărător – vânzător.

Aceste trei acte de limbaj, cu toate variațiile înregistrabile la toate nivele de analiză, posedă valori socio-relaționale evidente, care traduc o anumită concepție asupra politeții lingvistice şi comunicaționale, văzută de noi ca specifică din punct de vedere cultural pentru o anumită comunitate. Această concepție asupra politeții lingvistice, marcată din punct de vedere cultural, implică viziuni diferite ale "feței" şi ale individului, precum şi ale relațiilor interpersonale, aşa cum se construiesc ele prin intermediul interacțiunilor în cadrul fiecărei comunități.

Salutul

Goffman propune denumirea salutului şi formulelor de despărțire ca "ritualuri de acces", alți cercetători recurg la termenii "salut de deschidere" şi "salut de închidere" a comunicării. Toate acestea marchează într-adevăr, aşa cum arată Goffman, o schimbare a gradului de acces mutual: în cazul salutului se trece de la o relație potențială la una efectivă, iar în cazul formulelor de despărțire, de la o relație efectivă la una încheiată.



Craiova, strada România Muncitoare, 2004

Foto: Andreea Creițoru

Ca toate ritualurile, salutul, cel mai elementar şi cel mai vechi dintre semnele exterioare de politețe, serveşte la uşurarea comunicării cotidiene. În interacțiunile verbale, salutul îndeplineşte o funcție dublă: facilitatea contactului dintre oameni şi facilitatea separării de interlocutori. Salutul ține de politețea pozitivă, este un act valorizant pentru "fața" celuilalt, lipsa acestuia, chiar şi din neatenție, poate provoca o ofensă. Salutul nu este numai un act de convivialitate, ci şi o ocazie rituală de a se arăta civilizat, atent față de ceilalți, distins. Salutând pe cineva îi arătăm că îl recunoaştem ca persoană, acest act putând fi asimilat cu un act de confirmare care va fi în acord cu valorile de convivialitate specifice societății respective.

Salutul presupune un schimb binar simetric (*Bună ziua / Bună ziua; La revedere / La revedere*), alegerea formulei depinzând de situația de comunicare şi de relațiile interpersonale dintre partenerii la actul comunicativ.

Gama salutului este larg reprezentată în limba română. Formulele de deschidere a comunicării pot fi *Bună dimineața, Bună ziua, Bună seara, Salut, Bună, Servus, Săru'mâna, Sărut mâna, La revedere, Ciao, Pa, pa, Să trăiți, (Hai) noroc,* iar cele de închidere *Bună ziua, La revedere, Pe mâine, Pe curând, Numai bine, Te pup, Te sărut.* Situația de comunicare comercială impune alegerea unor formule neutre, neconotate din punct de vedere afectiv ori regional.

Realitatea comunicativă înregistrată în spațiile comerciale ale urbei noastre arată faptul că salutul, de deschidere ori de închidere, este slab reprezentat ca ritual interrelațional. Comunicarea cu vânzătorul nu este resimțită ca o intervalorizare, accentul căzând asupra actului de a cere, a întreba ori a cumpăra ceva. Celălalt, vânzătorul, nu este perceput ca o persoană, ci ca simbol, depersonalizat, al unei structuri economice. Poate aşa s-ar putea explica lipsa acestui ritual în comunicarea de tip comercial cumpărător – vânzător din marile spații urbane, în care indivizii se depersonalizează, anulând ideea de convivialitate. Este foarte posibil ca acest tip de comportament să se schimbe sub presiunea "culturii" marilor magazine, în care vânzătorul este cel care deschide comunicarea cu clientul, folosind întreaga gamă de elemente ritualice comunicaționale (salutul de deschidere, mulțumirea, salutul de închidere a comunicării).

Mulțumirea

Ca şi salutul, mulțumirea face parte din politețea elementară, cea care nu presupune o "educație" deosebită. *Mulțumesc, Mulțumesc frumos, Merci/ Mersi, Săru'mâna* cu replica *Pentru nimic, Pentru puțin, Cu plăcere, Nu aveți pentru ce* reprezintă formele ritualice ale mulțumirii pentru serviciul făcut.

Chiar dacă nu sunt frecvente, aceste formule apar totuşi în comunicarea comercială, mai ales în cazul femeilor şi al persoanelor de vârsta a treia. Surprinzător este faptul că aceste formule nu sunt frecvente în cazul copiilor, al tinerilor şi de multe ori al bărbaților.

Urarea

Urarea poate fi definită ca un enunț pe care locutorul îl adresează interlocutorului său pentru a-şi exprima dorința ca ceva pozitiv să se producă în viața acestuia (cf. Stavroula Katsiki, *Politesse linguistique et communication interculturelle: le voeux en français et en grec*, Actes du VIII-e Congrès de l'Association pour la Recherche InterCulturelle, Université de Genève, 2001). Este o categorie de saluturi complementare, care pot ține loc de formule de încheiere. Urarea constituie un act de limbaj complex şi polivalent, bogat în valori pragmatice. În afara valorilor sale strict ilocutorii, urarea posedă valori socio-relaționale şi interacționale evidente. Urarea este un act foarte frecvent în interacțiunile verbale, ea constituind o adevărată rutină conversațională ce oferă locutorilor un stoc destul de important de formule gata făcute (*O zi bună, O seară bună/plăcută, Servici uşor, Vânzare bună).* Acestea sunt alese în mod spontan sau cvasiautomat în funcție de situația de comunicare. Urarea are o puternică funcție relațională şi constituie una dintre manifestările politeții lingvistice, un fel de "cadou verbal" ce valorizează "fața pozitivă" a interlocutorului.

(Continuare în pagina 4)

Politetea lingvistică si identitatea urbană

(Continuare din pagina 3)

Urarea este, deci, aşa cum arată şi Stavroula Katsiki, un "relaţionem" foarte puternic, capabil să apropie participanţii la actul de comunicare, un mijloc verbal constructor de relaţii interpersonale, care instaurează, confirmă şi întăreşte legăturile existente între interlocutori.

Urarea face parte din ceea ce Goffman numeşte "ritualuri interumane", adică acele acte al căror comportament simbolic serveşte la a arăta gradul în care persoana care acţionează este demnă de respect sau gradul în care ceilalţi sunt demni de respect (cf.Goffman, E. 1974. *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit), Urarea face parte din acele scurte ritualuri pe care le îndeplineşte un individ pentru şi faţă de un altul şi care atestă civilitatea şi bunăvoinţa executantului, ca şi deţinerea unui mic patrimoniu de sanctitudine de către beneficiar (cf. Goffamn, E. 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne 2. Les relations en public*, Paris, Minuit).

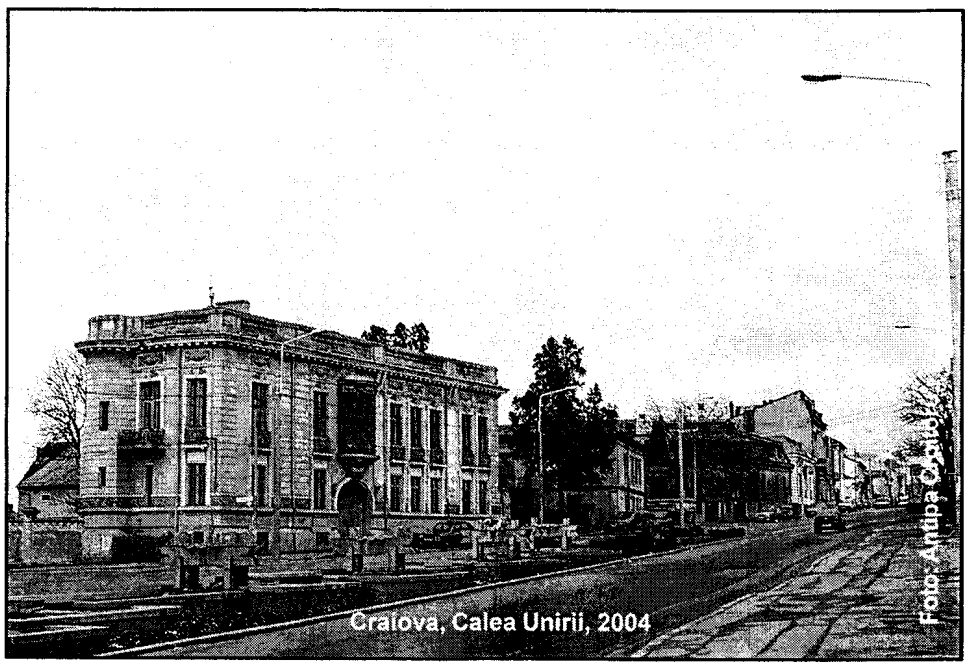
Valoarea relaţională şi afectivă a urării este evidentă, dar nu trebuie să ignorăm dimensiunea sa socială considerabilă, urarea fiind o marcă rituală de solidaritate care uneşte membrii unei colectivităţi, asigurându-le apartenenţa la aceeaşi comunitate discursivă prin împărtăşirea aceloraşi coduri rituale şi a aceluiaşi sistem de valori.

Pentru realizarea acestui act de limbaj, locutorii recurg la formulări performative realizate cu ajutorul verbului *a dori* (ex. *Vă doresc o zi bună/Vă doresc o zi uşoară!*) sau la formulări eliptice de tipul *O zi bună!/Week-end plăcut!/Sănătate!Vacanţă plăcută!*

Din anchetele efectuate de studentele noastre a reieşit faptul că urarea este slab reprezentată în interacţiunile verbale de tipul cumpărător – vânzător. Se pare că acest act de limbaj apare mai des în cazul persoanelor de vârsta a treia, care folosesc mai ales formule de tipul *Sănătate! / O zi bună! / Vânzare bună!* şi care au tendinţa de a stabili o relaţie mai apropiată cu vânzătorul. Poate că proveniența rurală a multora dintre aceste persoane îşi spune şi ea cuvântul, politeţea comunicaţională fiind una din mărcile generaţiei şi a mediului de origine. La celelalte grupuri de vârstă, acest mic ritual conversaţional nu este frecvent, neputându-se face clar nici o distincţie între sexe. Este cert însă faptul că, în comunicarea copiilor şi a tinerilor, formulele de tip urare-încheiere conversaţională nu apar deloc.

În loc de concluzie

Vedem astfel cum, la nivelul comunităţii urbane a oraşului Craiova, ritualurile comunicaţionale interacţionale sunt puţin frecvente. Salutul de deschidere a comunicării, salutul generalizat la intrarea într-un magazin, sau cel personalizat, adresat vânzătorului, nu sunt generalizate şi nici măcar frecvente. Aceeaşi este situaţia şi în cazul formulelor de salut de încheiere a comunicării şi de mulţumire, şi cu atât mai puţin în cel al formulelor de urare. Putem interpreta această lipsă de ritual comunicaţional şi interrelaţional prin absenţa sentimentului de apartenenţă la o colectivitate bine determinată, prin atomizarea colectivităţii ai cărei membri nu se simt solidari ori prin ceea ce E.T.Hall numea "sindromul de identificare" (cf. E.T.Hall 1979, *Au-delà de la culture*, Paris, Seuil) a cărui funcţionare este blocată în cazul marilor oraşe. Hall (cf. *La dimension cachée*, 1971, Paris, Seuil: 202) spunea, pe bună dreptate, că "afluxul demografic, în toate oraşele lumii, creează o serie de murdării comportamentale mai ucigaşe decât bomba cu hidrogen". "Murdării" din care face parte şi lipsa politeţii lingvistice ca marcă comportamentală care izolează oamenii, determinând, în cel mai bun caz, ignorarea celuilalt, lipsa contactului, chiar şi numai verbal, cu acesta, dacă nu absenţa dorinţei de colectivizare şi respect reciproc.



Literatura de specialitate face distincţia între *politeţea negativă*, de natură abstenţionistă, marcată de refuzul performării unui act de limbaj, şi cea *pozitivă*, de natură producţionistă, constând în efectuarea unui act de limbaj valorizant, de tip cadou sau compliment.

Rezultatele anchetei efectuate ne conduc la interpretarea identităţii urbane craiovene, din manifestările specifice spaţiului său comercial, ca fiind marcată de o politeţe negativă, prin intermediul căreia membrii comunităţii se ignoră reciproc, în cea mai mare parte, ritualizând sporadic şi nesistematic din punct de vedere conversaţional. Profilul acestei comunităţi urbane este acela al comunicării spontane, generate de factori diverşi (existenţa mai multor persoane în magazin, celebra "coadă" cu valenţele sale comunicaţionale şi interrelaţionale, etc.), dar neritualizate. Aspectele rituale ale comunicării cumpărător - vânzător nu sunt frecvente, semn poate al unei "tinereţi" comunitare, în care aspectele formale ale comunicării sunt încă la început de drum.

Studia

Tipărituri şi cultură (secolele al

Laura Jiga

Obişnuiţi, prin înseşi etapele de început ale disciplinei pe care o deservesc, să privilegieze experienţa orală, etnologii au neglijat o vreme destul de îndelungată experienţa livrescă a societăţilor studiate, neglijând, implicit, gradele de apropiere, de distanţare sau de întrepătrundere între scriere şi oralitate. Scrierea şi receptarea scriiturilor venea *din afară*, influenţând şi denaturând "autenticitatea" şi "caracterul tradiţional" al expresiilor orale. De aproximativ 10-15 ani încoace, etnologia îşi recuperează acest handicap, incluzând printre temele sale de studiu subiecte legate de identitatea şi modul de viaţă al scribilor, locul şi momentul scrierii, suportul material al scriiturilor, conţinutul şi funcţii ale acestora, facilităţi şi dificultăţi de receptare etc. Treptat, o altă dihotomie tinde să se risipească, anume aceea dintre cultura satului (egal orală) şi cultura oraşului (egal scrisă). În articolul de faţă ne vom ocupa de ipostaza relaţiilor între scriere şi oralitate actualizată prin calendare şi almanahuri. Subiectul este vast şi prea puţin cercetat în ceea ce priveşte cultura şi societatea românească. Vom încerca să-i trasăm câteva coordonate, oprindu-ne puţin asupra prezenţei elementelor de folclor în cuprinsul acestora. Mircea Zaciu aprecia că folclorul "ocupă cel mai mult spaţiu în calendare şi almanahuri"[1]. Vom încerca să nuanţăm şi să dezvoltăm această afirmaţie. Dacă, într-adevăr este aşa, cum şi, mai ales, de ce această prezenţă?

Tipărirea calendarelor în limba română datează din prima jumătate a secolului al XVIII-lea, primul datorându-i-se dascălului Petcu Şoanul din Scheii Braşovului: *Calendari acumu întîi rumânescu pe limba rumânească, ca întru 100 de ani să slujască că şi celu slavonescu într-acestu chip .....*(Braşov, 20 februarie 1733). Departe de a fi o simplă tabelă de împărţire şi măsurare a timpului, utilitatea lui era predominant situată în domeniul previziunilor. În sensul acesta, calendarul cuprinde un *Rojdanic* prescurtat, identificarea momentelor astrale propice anumitor acţiuni agricole şi casnice, cărora li se adaugă un Sinaxar. Găsim, aşadar, propuneri *externe* de organizare a timpului individual şi colectiv, laic şi religios. Calendarul lui Petcu Şoanul a fost retipărit în mai multe rânduri, ultima oară la Sibiu în anul 1911(!), copiat în formă manuscrisă (se cunosc 11 versiuni manuscrise) şi tradus în limba greacă. În 1785 s-a tipărit la Iaşi cel de-al doilea calendar în limba română, alcătuit de Mihail Stribilţchi, gravor şi exarh al Mitropoliei din Iaşi. După mărturisirea autorului, calendarul este o compilaţie de traduceri "după multe feluri de cărţi", cu subiect religios şi laic. Alături de prevestiri astrale, de marcarea sărbătorilor religioase, calendarul propagă informaţii tehnice legate de meşteşuguri (unele înconjurate de aura divulgării secretului[2]) şi numeroase îndemnuri spre dobândirea ştiinţei de carte, situate îndeosebi în registru moral. Informaţia scrisă este întărită sau/şi explicată prin ilustraţii.

Între anii 1731 – 1918 s-au tipărit 2192 de calendare[3], într-un ritm crescător spre finele perioadei, ceea ce presupune deschiderea receptorilor spre un conţinut informativ divers şi crearea unei **pieţe** a acestei categorii de scrieri. Dacă primele calendare prezentau traduceri şi compilaţii după calendare străine, treptat au câştigat teren cele "originale", adaptate realităţilor şi cerinţelor locale. Parodierea calendarelor, în 1821 (reeditare în 1829), de către Anton Pann sugerează faptul că alcătuiau, deja, un grup distinct de tipărituri, recunoscute de un public ţintă conturat[4]. Adresate "tuturor", calendarele participă esenţial la cristalizarea şi susţinerea unei noi expresii a culturii populare, anume o cultură populară a tiparului[5]. Atitudinea comună faţă de textul scris şi imprimat îl scoate, treptat (dar nu total) din registrul sacru şi îi conferă un nou statut şi o nouă funcţie:" ca să poată sluji la trebuinţele Iconomiei casii şi având omului vreme slobodă şi petrecând-o să o petreacă cu veselie"[6]. Spre finele primei jumătăţi a secolului al XIX-lea calendarele suportă o specializare tematică şi, implicit, în cadrul publicului se cristalizează categorii de cititori care vor nuanţa acel "pentru toţi". Apar calendare ale meseriilor, calendare adresate femeilor, calendare literare, umoristice (care merg, uneori, până la licenţios), ale high-life-ului etc.

Tabloul nevoilor cotidiene şi sezoniere, laice, propus de calendarele populare cuprinde liste de târguri, schimburi monetare, preţuri, poştalioane (apoi rutele şi opririle trenurilor), sfaturi pentru alegerea unei meserii, cu alte cuvinte, nevoile unor oameni care circulă, fac comerţ, se organizează în asociaţii profesionale, o lume care aparţine oraşului în devenire şi, în alt ritm, satului care se emancipează.

Calendarele ne furnizează date utile referitoare la orizontul mediu de cunoaştere, care asimilează informaţii geografice (în relaţie cu descrierile cosmografiilor populare), istorice, fizice, de igienă, de morală civică şi educaţie politică etc. din secolele al XVIII-lea şi al XIX-lea, dar, ar fi, deopotrivă, exagerat şi insuficient să le considerăm "oglindă" a cunoştinţelor oamenilor. În primul rând, calendarele nu epuizează producţia de carte. Alături de ele, continuă şi se dezvoltă activităţile de tipărire a romanelor populare, apar manuale, broşuri literare, broşuri de popularizare ştiinţifică sau pseudoştiinţifică etc. În al doilea rând, conţinutul calendarelor relevă indicii doar asupra uneia dintre instanţele implicate în relaţia cerere-ofertă a pieţei de carte. Ştim doar ce se tipărea, nu ştim pentru cine, nu ştim cine ce citea sau ce selecta dintr-un calendar, cum erau primite noile informaţii etc. În literatura ştiinţifică românească (etnologică, istoriografică, sociologică etc.) lipsesc studii referitoare la distribuţia spaţială şi către diverse categorii de cititori a literaturii de colportaj, la canalele de distribuţie, la intermediarii care fac legătura între editori şi public[7], la condiţiile de mediere a accesului oamenilor simpli, în marea lor majoritate analfabeţi, la forma scrisă[8], la reacţiile cititorilor[9] etc. Nu ştim cât şi cum literatura de colportaj a fost implicată în procesele de sinteză culturală, care a fost relaţia lor cu oralitatea, cu mediile rurale[10].

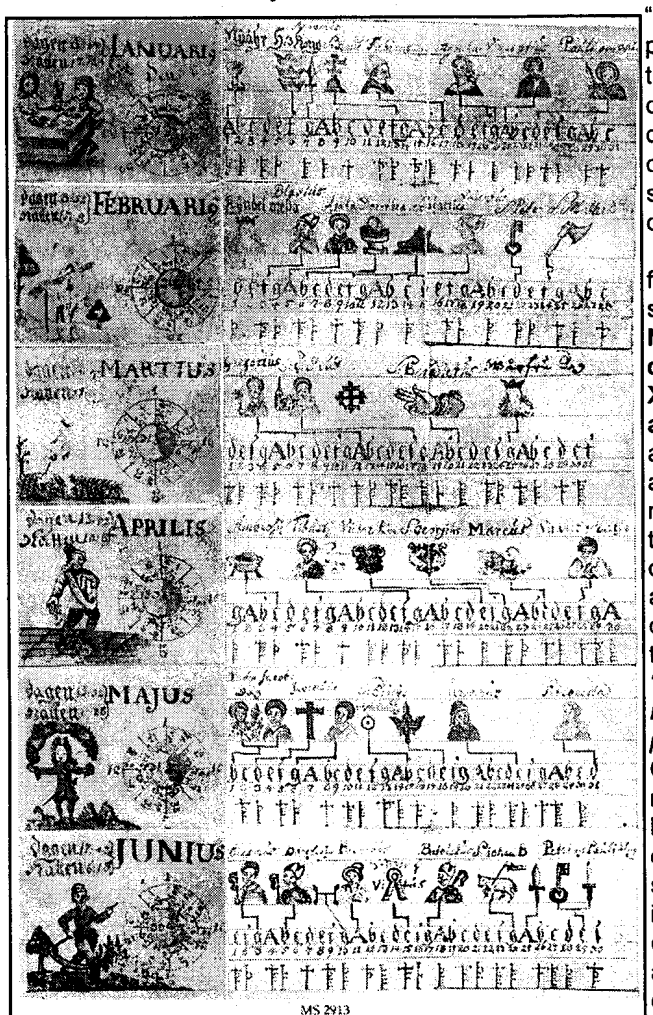
Raţiunile care au dus la transcrierea expresiilor culturii tradiţionale ţărăneşti în cuprinsul calendarelor se află, după părerea noastră, la confluenţa a 3 factori care, fiecare, dau seamă de una dintre direcţiile culturale şi sociale ale perioadei pe care o discutăm.

1. Instrumentalizarea folclorului şi "datinilor" în cadrul programelor ideologice

"populară" XVIII-lea şi al XIX-lea)

ale secolului al XIX-lea (cu specificităţi locale în fiecare dintre provinciile româneşti, asupra cărora nu vom insista), cu investirea expresiilor culturii ţărăneşti cu valori simbolice identitare etnice, în condiţiile în care între creatorii genuini de folclor şi elite se insinuase o distanţă care trebuia recuperată prin dezvoltarea unei atitudini pozitive, estetice şi morale, faţă de ţărani şi sat. În sensul acesta, calendarele oferă un câmp al dezbaterilor şi polemicilor, dar şi un mod de punere în practică a programelor culturale şi politice. Folclorul capătă valoare exemplară, reper şi sursă de inspiraţie. Dar, să nu uităm, în contextul secolului al XIX-lea, mişcarea de redefinire a folclorului era o mişcare **modernă**, deschisă şi consonantă cu ce se întâmpla în celelalte state europene, ataşată valorilor civice şi culturale universale, a căror însuşire de către publicul cititor era, de asemenea, încurajată şi "predată" în calendare. *"Tabela materiei Calendarului pe anul 1869"*, tipărit de G. Asachi (semnat Asaky) **nu** conţine nici o referire la folclor, dar găsim acolo informaţii geografice, istorice, comerciale şi încercări literare. În evocarea lui Costache Negruzzi, *Cum am învăţat româneşte*, găsim următoarea frază: "... boieri **ruginiţi** (s.n.L.J.) în românism, care se uitau cu dor spre Buda sau Braşov, de unde le veneau pe tot anul calendare cu poveşti la sfârşit", din care reţinem, aici, calificativul pe care scriitorul, ataşat valorilor moderne, îl acordă închiderii orizonturilor de cunoaştere între graniţele tradiţiilor locale. Mişcării de reapropiere faţă de tradiţiile proprii îi este asociată, aşadar, mişcarea de deschidere spre ceilalţi, spre Europa modernă, pe de o parte, spre celelalte grupuri etnice din principatele române, pe de altă parte. Informaţiile despre istoria şi tradiţiile germanilor, maghiarilor, evreilor, albanezilor, bulgarilor, ţiganilor apar fie inserate în cuprinsul calendarelor româneşti, fie în calendare autonome, cum ar fi *"Calendarul credinţelor şi obiceiurilor turceşti"* apărut la Buda în 1815. Deschiderea despre care vorbim s-a orientat nu doar către Europa occidentală. Obiectivul mărturisit al *"Albumului Macedo-Român"*, de fapt un almanah, apărut în 1880 la Bucureşti, sub direcţia lui V.A.Urechia era reprezentat de cultivarea "frăţiei între popoarele din Balcani", de fapt, dezvoltarea sentimentului de coeziune a romanităţii orientale. "Albumul" conţine informaţii istorice, lingvistice, literatură de autor, descrieri de obiceiuri (Pararudele) şi o versiune a cântecului "Alexandru Macedon" trimisă de către Vasile Alecsandri.

Nu ştim în ce măsură mesajele elitelor se adresau direct, sau au ajuns direct la "popor". În orice caz, au fost preluate şi mediate (prin transmitere şi **adaptare**) de o categorie de tipografi editori, de multe ori rămaşi anonimi, care au creat şi care au susţinut grosul pieţei literaturii de colportaj.



MS 2913
Calendar with golden numbers, feastdays, occupations of the months and hours of light and darkness, [illegible]

Imaginea provine din colecţia SCHØYEN - www.nb.no./baser/schoyen/5/547/index.htm

2. Instrumentalizarea folclorului din raţiuni editoriale, specifice mecanismelor pieţei. **Nu putem înţelege literatura de colportaj a secolelor al XVIII-lea – al XIX-lea în afara acestei relaţii**. În sensul acesta, funcţia de divertisment a calendarelor motivează, la rândul ei, inserarea transcrierilor de folclor, gustate de un public cititor sau/şi ascultător, pentru care contactul cu producţiile culturii tradiţionale era o habitudine. *"Calendarul Basmelor şi Legendelor Populare Române pe anul De la Christos 1875.* Cuprinzând pe lângă cele necesare unui calendar diferite basme, cântări populare, colinde, zicători etc. după cum se vede în tabela de materii, ilustrat cu multe gravuri" (Bucureşti, 1877) sugerează atât receptivitatea editorului faţă de discursul elitelor, de la care a preluat (cel puţin) terminologia categoriilor folclorice operantă în epocă, ca şi atenţia acordată aşteptărilor virtualilor cititori cumpărători, public ţintă atras prin retorica titlului, construit tocmai prin accentuarea elementelor de folclor. Manierele de redare a elementelor de folclor şi de etnografie sunt, la rându-le, subordonate aceleiaşi strategii editoriale. 1 – Tendinţa cea mai accentuată nu este de înfrumuseţare, ci de prescurtare, în conformitate, de altfel, cu specificul literaturii de colportaj, facilitatea şi accesibilitatea. 2 – Dintre categoriile folclorice au prioritate naraţiunile, colindele şi expresiile paremiologice, iar din repertoriul de credinţe cel mai frecvent apar cele cu funcţie de prevestire. 3 – Cântecele sunt redate, în cea mai mare parte, doar în transcrierea lor verbală. 4 – Descrierile etnografice sunt relativ rare şi se referă îndeosebi la obiceiuri şi la portul popular, aproape deloc la elemente de construcţie, meşteşuguri etc. În aceste condiţii, valoarea documentară a textelor de folclor inserate în cuprinsul calendarelor necesită precauţii. Dar, un calendar, în forma sa integrală, are calitatea de document de cultură populară, într-una dintre ipostazele sale temporale, calitate intuită de către Artur Gorovei care introduce în numărul X al revistei "Şezătoarea", anul 1908, o copie a calendarului tipărit la Iaşi în 1785. ***(continuare în pagina 32)***

Studia

Imagini suprapuse ale identităţii urbane

Ioana-Ruxandra Fruntelată

Aşa cum observa János Mátyás Kovács, identitatea est-europenilor a început să se globalizeze *la nivelul culturii de masă, cu mult înainte de 1989*, prin transformarea în normă a unor valori de piaţă aflate în circulaţie în Occident. Pentru adolescentul român al anilor 1980-1990, a avea "blugi" şi "adidaşi" echivala cu "a fi în rândul lumii", indiferent de mediul social de proveniență. Chiar şi pentru adulţi, uniforma fermierului american constituia un semn de noblețe urbană, o marcă a alinierii la codul comportamental al unei lumi libere. *În prezent, est-europenii urmează totodată şi o serie întreagă de modele de globalizare culturală non-americană, preluate de la Occident sau din Extremul Orient. Şi putem presupune că făcând aceasta, ei vor continua încă multă vreme de aici înainte să îmbine laolaltă formele culturale locale (comuniste şi naţionale) cu cele regionale şi globale* [Kovács 2001:24].

Orice normă se coagulează prin opoziţie faţă de o normă anterioară. Când modelul "omului nou" şi-a încetat dominaţia, s-a pulverizat şi "stilul identitar" al dizidentului. După euforia eliberării de constrângeri, adepţii modei intelectualilor cu barbă şi plete şi-au mai schimbat preferinţele, orientându-se, în parte, spre un "look metro", pedant şi efeminat; de asemenea, multe dintre reprezentantele elitei financiare feminine au optat pentru înfăţişarea "unisex", cultivată ca o reflectare a independenţei materiale. Desigur, fluctuaţiile modei permit întotdeauna alternative şi nu se poate vorbi, în prezent, de o normă a imaginii orăşeanului acceptată de toţi. Elementul interesant pentru discutarea identităţii urbane este, de fapt, nu aparenţa exterioară a citadinilor, ci importanţa pe care ei o acordă acesteia, transformarea imaginii în substanţă.

Mass-media deţin rolul principal în învestirea imaginii cu maximă valoare socială, dar nu se poate nega aportul însemnat revenit în această privinţă şi artelor cu suport vizual, în special cinematografiei. Gradul de conformism adoptat de televiziune, de exemplu, în promovarea imaginilor este dictat de analiza practicilor de consum, elementele de localizare sau "etnicizare" a ofertei fiind reduse la o strategie de flatare a audienţei prin vehicularea unor clişee identitare foarte cunoscute. De aceea, media au o contribuţie importantă la uniformizarea spaţiului cultural, fie el urban sau rural, distincţie încă relevantă pentru ţările Europei de est. Locuitorul Bucureştiului, de exemplu, nu se defineşte ca "bucureştean", el îşi afirmă adesea solidaritatea cu zone mai vaste (este român, est-european, european, "cetăţean al lumii") sau la provincii spirituale (oltean, ardelean etc.).

Ca "român", bucureşteanul recunoaşte, mai mult sau mai puţin, *principalele elemente ale "check-list"-ului identitar*, apărute în procesul ideologic al consolidării naţiunii: strămoşii daco-romani, teritoriul carpato-danubiano-pontic, limba română, patrimoniul cultural canonic. *Restul nu mai este decât o chestiune de reproducere şi vulgarizare (...);* după stabilirea "check-list-ului", *procesul de construire identitară intră în era culturii de masă* [Thiesse 2000(1999):163].

Apartenenţa la spaţiul est-european implică supunerea identităţii urbane despre care vorbim la o constelaţie de *factori şi procese, cum sunt: o omogenizare culturală la scară mondială; apariţia, respectiv reapariţia particularităţilor naţionale şi regionale; importurile de cultură din Extremul Orient; relicvele în continuare puternice ale vechii culturi sovietice semiglobale; eliminarea unora din formele anterioare globalizante ale culturii înalte* [Kovács 2001:24]. De asemenea, specifică efortului de redefinire identitară din ţările fost-comuniste este şi întoarcerea către religie [Cuisenier 1999(1990):136], cu observaţia că participarea numeroasă la marile sărbători şi hramuri sau gestul, redevenit reflex, al ortodocşilor de a-şi face cruce atunci când trec pe lângă o biserică nu semnifică prioritar o intensificare a credinţei, ci pot fi interpretate ca o reacţie de apărare a grupului în faţa consecinţelor spirituale provocate de instabilitatea economică a unui deceniu şi jumătate de tranziţie. Pe de altă parte, înscrierea în *câmpul reticular* [Panea 2003:2] al enoriaşilor dintr-o parohie se adaugă efortului constant al omului contemporan de a-şi găsi (sau regăsi) tradiţia, fie ea chiar şi o rezultantă a opţiunii personale combinate cu presiunea grupurilor divers determinate cărora individul le aparţine sau doreşte să le aparţină.

În mediul oraşului, nevoia de tradiţie este sprijinită de "oferta rituală" a tuturor instituţiilor: municipalitatea propune sărbători urbane (*Zilele oraşului X*), elita culturală nominalizează temple ale emoţiei artistice sau intelectuale (o librărie, un club, un teatru ce-şi asumă riscul de a fi "necomerciale"), industria de divertisment închide în cercul ei simbolic aspiraţii ce variază de la domeniul sportiv la cel gastronomic, actorii scenei politice oficiază ceremonialuri de adecvare - inclusiv morală - la obiectivele de profil ale perioadei etc.

Riturile mediatice ar trebui să devină, în acest context, forme de potenţare a ofertei rituale instituţionale, asigurând asimilarea ideilor conţinute de această ofertă şi obţinând, astfel, controlul asupra reacţiei grupului (o formă actuală a "puterii" încorporate riturilor din societăţile tradiţionale). Scopul lor ar fi acela de *a-i slăvi pe cei mari, a legitima instituţiile existente, a produce condiţiile emoţionale ale adeziunii populare la celebrare, oferind deschideri spre "fabricarea" istoriei oficiale, într-o manieră foarte pragmatică* [Lardellier 2003:141].

(continuare în pagina 6)

Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj

Imagini suprapuse ale identităţii urbane

(Urmare din pagina 5)

Cu toate acestea, în prezent, impactul riturilor mediatice asupra mentalului colectiv pare să depăşească atributele unui simplu vehicul al modelelor concurente propuse de instituţii individului aflat în căutarea unei norme. Tradiţiilor li se substituie *imagini* despre tradiţii, pe care mai ales tinerii le pot interpreta cu o anumită marjă de libertate, creând, astfel, o serie de variante - coduri personale - cu termen redus de funcţionare.

Încă din zorii secolului al XX-lea se vorbea despre alienarea urbană produsă de dezrădăcinare şi de industrializare. Cu timpul, reprezentarea media a preluat atributele spaţiului simbolic din societăţile tradiţionale, devenind, paradoxal, un teritoriu mai prezent în formula identitară a citadinului decât natura concretă. Cultura de masă fiind, prin definiţie, globalizantă, nu mai are mare importanţă oraşul unde locuim de fapt; bucureşteanul este european, "cetăţean al lumii", adept al ecranului, la fel ca arădeanul sau craioveanul, de exemplu. Identitatea lui se compune dintr-o serie de imagini suprapuse, selectate în decursul unui proces de adaptare a ofertei la cerinţele de supravieţuire, proces cu rezultate adesea instabile.

Descoperirea legilor care dirijează dispunerea imaginilor identitare într-o anumită formulă constituie o prioritate a antropologiei urbanului. Continuarea unui asemenea proiect ar urmări apoi analiza efectelor suprasaturării cu imagini asupra imaginarului, ţinând cont de faptul că efortul de filtrare şi prelucrare a unei cantităţi uriaşe de informaţii preponderent vizuale poate duce la atrofierea anumitor competenţe mentale necesare procesului de construire a unui "sine" coerent.

Elementelor globalizante cuprinse în formula identitară a urbanului (nevoia de tradiţie / ritual şi primatul imaginii) li se adaugă variabilele de context cultural specifice fiecărui mediu concret. Revenind la spaţiul românesc, premisa de la care am porni este că, aflat în sfera "formelor fără fond" şi fără a renunţa la moştenirea "culturii minore", locuitorul oraşului de la noi îşi caută încă satul.

Bibliografie

Cuisenier, Jean 1999. [1990 *Ethnologie de l'Europe*] *Etnologia Europei*, traducere de Marinela Blaj, prefaţă de Dumitru Stan, Iaşi, Institutul European.

Kovács, János Mátyás 2001. *Turbulenţe în vid* în "Lettre internationale", nr. 37, ediţia română, primăvara 2001:23-26.

Lardellier, Pascal 2003. [2003 *Théorie du lien rituel*] *Teoria legăturii ritualice. Antropologie şi comunicare*, postfaţă de Alain Caillé, traducere de Valentina Pricopie, Bucureşti, Ed. Tritonic.

Panea, Nicolae 2003. *Analiza reticulară şi producerea urbanului* în "Arche", Revistă de Etnologie şi Antropologie editată de Centrul Creaţiei Populare Dolj, nr.1/2003:1-2.

Thiesse, Anne-Marie 2000. [1999 *La création des identités nationales. Europe XVIIIe-XXe siècle*] *Crearea identităţilor naţionale în Europa. Secolele XVIII-XX*, traducere de Andrei-Paul Corescu, Camelia Capverde şi Giuliano Sfichi, Iaşi, Ed. Polirom.

Studia

Colindatul în urban. Preliminarii

Cristina GAFU
Mihaela Nubert CHEŢAN

Articolul s-a conturat ca urmare a observării recurenţei fenomenului de revitalizare a colindatului (una dintre componentele fundamentale încadrate sistemului de obiceiuri şi tradiţii din ciclul calendaristic, a căror performare se situează în perioada dintre Crăciun şi Bobotează) în mediul urban actual.

Este dificil de precizat, în această fază incipientă a investigaţiei, în ce măsură formele determinabile în prezent sunt forme provenite din rural şi adaptate contextului citadin, sau reflectă ipostaze specifice oraşului. Ne-am propus circumscrierea principalelor cadre ale unei cercetări focalizate pe acest proces complex care implică, pe de o parte, diacronia (evoluţia sa din perioada totalitară până în perioada comunistă) şi, pe de altă parte, sincronia (ce presupune decelarea variantelor de manifestare).

Prospecţia s-a desfăşurat în două centre urbane, aflate în proximitate, ce pot fi considerate reprezentative pentru zona Muntenia: Bucureşti şi Ploieşti. În cazul Bucureştiului, alegerea ca zonă-eşantion a fost justificată şi de existenţa particularităţilor care derivă din statutul de capitală, precum capacitatea de a absorbi fenomene culturale de proveniență variată şi, implicit, pluralitatea şi plurivalenţa formelor de manifestare.

Ipotezele de lucru pe care le propunem sunt fundamentate nu numai pe observaţiile personale, ci şi pe informaţiile obţinute în urma interviurilor realizate cu sprijinul colegilor din Institutul de Etnografie şi Folclor „Constantin Brăiloiu", din Bucureşti. În acest mod, a fost posibilă conturarea unor posibile nivele de analiză a fenomenului colindatului în urban (spaţii de desfăşurare, perioade de performare, repertoriu, actanţi, funcţii), şi evidenţierea determinărilor şi relaţiilor dintre acestea.

1. Perioade de performare

Prospecţiile efectuate în mai multe cartiere, plasate atât în centru, cât şi la periferia oraşelor, au avut ca prim obiectiv consemnarea informaţiilor-concordante cu realitatea etnourbanului-în ceea ce priveşte perioada de performare. În acest sens, au fost evidenţiate variaţii importante faţă de prescripţiile modelului tradiţional (datorate, într-o anumită măsură şi mutaţiilor sesizabile în registrul ierarhiilor funcţionale).

Aplicând metoda observaţiei directe, pe parcursul mai multor ani, s-a stabilit un potenţial de inovaţie, prin adoptarea, din partea grupului de colindători, a unei atitudini de flexibilitate, astfel încât, colindatul propriu-zis poate debuta pe 6 decembrie, (dată ce marchează sărbătoarea religioasă Sfântul Nicolae) şi se poate prelungi până pe 1 ianuarie. Intensitatea maximă se concentrează în jurul zilelor de 20-23 decembrie, 29 decembrie -1 ianuarie iar diminuarea frecvenţei colindatului se petrece între Ajunul Crăciunului (zi în care pot fi întâlnite, sporadic, grupuri de colindători) şi a treia zi de Crăciun. Secvenţele temporale preferate sunt după amiaza, după ora 17, când se presupune că populaţia angajată este la domiciliu. Această extindere a perioadei de performare (pentru care o explicaţie viabilă ar fi instituirea primatului funcţiei pecuniare), care poate atinge date de la începutul lunii decembrie, reprezintă o abatere severă de la tiparul tradiţional însă, este sancţionată, de cele mai multe ori, de către cei cărora li se adresează colindatul, fie verbal, fie prin ignorare.

2. Spaţii de desfăşurare

Una dintre mutaţiile operaţionale se referă la capitalul de adaptabilitate al formelor de colindat la specificitatea spaţiilor de tip urban. În acest mod, apar diferenţieri faţă de modelul rural (a cărui schemă era adecvată desfăşurării colindatului în segmentele spaţiale ale mediului privat ce includeau curtea şi interiorul casei) prin opţiunea pentru domeniul public. Această opţiune este influenţată de existenţa unui context social diferit: dacă în rural membrii grupului colindătorilor fac parte dintr-o comunitate restrânsă, în care majoritatea membrilor se

cunosc, în urban, condiţiile se modifică. Principala provocare a colindatului în oraş este faptul că, nu întotdeauna publicul este unul familiar, cunoscut, expectaţiile variază sau, uneori, rămân o necunoscută, iar colindătorii nu sunt percepuţi întotdeauna ca individualităţi (pot rămâne anonimi), ci numai ca grup.

A doua observaţie se referă la distribuirea zonală a coordonatelor culturale, sociale, economice etc., în relaţia centru-periferie. Pornind de la această constatare, am încercat o identificare a tipurilor de spaţii preferate de grupurile de colindători: strada, scara blocului, spitalul, piaţa, instituţiile, mijloacele de transport în comun şi, pentru Bucureşti, metroul şi Gara de Nord.

Particularizând, se poate realiza o clasificare a spaţiilor, în funcţie de poziţionarea colindătorilor în raport cu auditoriul: grupul se poate afla în mişcare (strada, scara blocului, spitalul, piaţa, instituţiile, mijloacele de transport devin locaţiile predilecte) sau, situaţia concretă, în care grupul de colindători este static, îşi stabileşte o locaţie fixă, în timp ce auditoriul este mobil (şi atunci sunt preferate gara, staţiile de metrou, alte spaţii deschise). Această poziţionare a receptorilor faţă de actanţi diversifică tipurile colindatului urban: *colindatul propriu-zis* ce presupune deplasarea colindătorilor şi *colindatul-spectacol* în care auditoriul interesat se plasează în jurul colindătorilor, formând publicul spectator. Practica plăţii în bani reprezintă, în acest caz, echivalentul uzanţei cumpărării unui bilet de spectacol. Acest tip de spectacol nu se deosebeşte prea mult de acele reprezentaţii ale formaţiilor de instrumentişti din parcul Herăstrău sau de pe străzile centrale ale capitalei (de exemplu Piaţa Amzei), care se desfăşoară, de asemenea, în locuri fixe. Ceea ce variază sunt actanţii, componenţa formaţiei-implicând, aproape obligatoriu, şi interpretarea vocală -, repertoriul caracteristic alcătuit din colinde foarte cunoscute sau la modă.

3.Forme de manifestare

O premisă a cercetării, (valabilă numai în zonele eşantion, însă posibilă şi în alte oraşe) rezultă din necesitatea investigării formelor de colindat locale (specifice zonei) şi a celor provenite din alte zone (precum cele specifice grupurilor de colindători moldoveni). Formele de colindat locale prezintă tendinţe de conservare a repertoriului tradiţional (Capra şi Pluguşorul care se desfăşoară, în special stradal), dar şi tendinţe de inovare a acestuia (mai ales în ceea ce priveşte versiunile oferite cântecelor de stea, care sunt performate în scările blocurilor).

Colindatul formaţiilor cu repertoriu de cântece de stea urmăreşte un tipar comun ale cărui principale coordonate sunt:

-tipul care se rezumă numai la modalităţile de anunţare (doar prin interpretarea unui fragment din întregul repertoriu sau a formulelor de anunţare, fără a apela soneria, în timpul cântării se sună la uşile de pe palier) şi

-interpretarea întregului repertoriu , fie pornind de la ultimul etaj spre ieşire, fie doar la intrarea blocului.

Colindatul copiilor, ca şi Sorcova, se dovedesc a fi mult mai aleatorii, depinzând de asumarea spaţiului urban respectiv, ca un loc cunoscut, bine determinat de vecinătăţi. Propunem varianta de cercetare a dezvoltării unei scheme de abordare ce vizează vecinătăţile directe (scara blocului) în care locuiesc actanţii sau numai unul dintre ei şi vecinătăţile din imediata proximitate (celelalte scări ale blocului, blocurile din apropiere). Acest tip de colindat se deosebeşte de cel amintit anterior prin repertoriu, funcţii, actanţi, cât şi prin formele de anunţare a gazdelor (copiii sună la uşa apartamentului şi colindă numai în cazul în care li se deschide uşa).

Intermitenţele sesizate de informatorii chestionaţi în frecvenţa colindatului copiilor (atât cu Moş Ajunul, Steaua, Sorcova) sunt puse, adeseori, pe seama unor oprelişti de natură tehnică (interfonul) sau a condiţiei financiare precare a locatarilor.

4. Actanţi. Formaţii

În ceea ce priveşte formele de asociere ale colindătorilor, alături de criteriul primar, acela al respectării categoriei de vârstă, apar criterii noi, determinate de condiţiile şi contextele emergente societăţii moderne.

A. Reprezentaţiile stradale ce valorizează mostre ale obiceiurilor din fondul tradiţional (Capra şi Pluguşorul), devin un subiect interesant de cercetare şi din punctul de vedere al diversificării componenţei sociale (inclusiv rolul componentei etnice);

pentru o posibilă cercetare

B. În cadrul colindatului copiilor cu Moş Ajunul, Steaua şi Sorcova, cea mai frecventă modalitate de constituire a grupurilor valorificarea relațiilor stabilite în zonele afinitare de tipul vecinătății şi al rețelelor de prieteni (4-5 membri);

C. Cele mai importante inovații sunt evidente la nivelul formațiilor de colindat al căror repertoriu îl reprezintă cântecele de stea. Criteriile de selecție a membrilor sunt potențial restrictive, referindu-se, în principal, la performanțele artistice într-un mediu concurențial (capacitățile vocale, instrumentele şi gradul de instrucție muzicală). În acest caz, configurarea formației de colindători limitează posibilitățile de participare într-un astfel de grup ce îşi arogă statutul de profesionişti şi semiprofesionişti (liceenii de la liceele de teologie, liceele de muzică, şcoli populare de artă şi oricare alții cu performanțe muzicale, studenți de la diferite facultăți şi de la Conservator). Specificul formațiilor este interpretarea vocală, armonizată (cel puțin pe două voci), fie în grupuri feminine, masculine sau mixte. Existența unei atmosfere de competiție a condus la introducerea acompaniamentului instrumental, reprezentat, cel mai adesea, de chitară, dar şi de prezența altor instrumente muzicale (vioara, flautul).

În ultimii ani s-au format grupuri exclusiv de instrumentişti-colindători care interpretează prelucrări ale cântecelor de stea. Acest fenomen a fost sesizat de către informatorii noştri cu preponderență în zona centrală a Bucureştiului, în special Bulevardul Magheru, zona Dorobanți.

unei atmosfere speciale.

Grupurile nu au statutul cetei de colindători din mediul rural, statut care, şi acesta, a suferit modificări în ultimele decenii. Sunt grupuri temporare, care se compun, se descompun şi se restrucurează în funcție de perioada de colindat, aceasta şi datorită faptului că, față de modelul rural, componenta rituală nu există. De asemenea, cei cărora li se adresează colindatul nu mai dețin statutul de gazdă, nu-şi mai asumă aceleaşi îndatoriri în lipsa colindatului în spațiul privat (colindătorii interpretează la uşa apartamentului).

5. Repertoriu

Colindatul urban presupune un repertoriu fix, ce nu variază decât în limitele creațiilor tradiționale (Capra, Pluguşorul, Sorcova, Moş Ajunul, Steaua) şi ale unui repertoriu mobil, ce se supune modelor (colindatul cu cântecele de stea). Modificările depind, într-o anumită măsură, şi de inițiativele formațiilor respective.De exemplu, grupurile teologilor relevă o tendință de a conserva tradiția de cântare specifică zonei ecleziastice, în timp ce alte formații recurg la introducerea unor variante de armonizare a cântecelor de stea, sau a colindelor, difuzate de mass media sau înregistrate pe suport magnetic.Tot aici includem şi variațiile inițiate de formațiile vocale prin introducerea acompaniamentului instrumental.

Originalitatea acestuia este un scop în sine, servind finalității estetice.

Un alt aspect pe care îl supunem atenției interpretează se bazează pe familiarizare celor colindați cu aceste cântece. În structurarea repertoriilor, un rol important l-au avut discurile, casetele audio cu variantele de interpretare ale corului Madrigal, ce servesc drept model. Tot la capitolul inovații, semnalăm interpretarea unor cântece cunoscute de Crăciun din repertoriul internațional ca: „Jingle Bells", „Stille Nacht". Caracteristica principală a acestui tip de colindat devine performanța artistică, aşteptările auditoriului îndreaptându-se către această cerință.

Ipostazele colindatului în urban nu sunt de tip creator (mediul genuin al oraşului îşi construieşte propriile forme pornind de la modele tradiționale), ci de tip reproductiv, fiind administrate ca bunuri de consum ce se supun legii cererii şi ofertei.

6. Funcții

Informațiile de care dispunem în momentul de față ne indică o ierarhie funcțională a cărei trăsătură distinctă este flexibilitatea: funcțiile dominante pot deveni subiacente şi invers. Acestea se restructurează în relație directă cu spațiul în care se colindă (spațiul influențează activarea coordonatei dominante/ subiacente a funcționalității), cu diversele categorii de performeri şi receptori (cu referire la opțiunea – generală sau particulară - a acestora: de transmitere a mesajului tradițional, de menținere a funcției de urare, sau, de exploatare a oportunităților de ordin economic, în cazul performerilor, şi de acceptare/neacceptare a colindatului, de la simplul gest de toleranță/intoleranță, până la asumarea rolului de gazdă, în cazul receptorilor).

Spațiul în care se colindă determină, în urban, selecția anumitor valențe funcționale: de exemplu, în mijloacele de transport în comun se desfăşoară colindatul spațiile asociate zonei privatului (locuințele rudelor, ale prietenilor sau ale vecinilor).

Un alt factor definitoriu în structurarea, coagularea seturilor de funcții este reprezentat de categoriile de actanți. În ceea ce priveşte colindatul copiilor, funcțiile dominante atribuite colindatului potențează, în primul rând, importanța la nivelul sociabilității şi socialității, dar şi aspectul pecuniar, sau calitatea de sursă a divertismentului în această perioadă a anului. Colindatul grupurilor vocale şi vocal-instrumentale sugerează necesitatea unei abordări particularizatoare: unele formații se dovedesc interesate mai mult de implicațiile economice, în timp ce altele subsumează această funcție celei de socializare, ori de divertisment.

Revitalizarea colindatului în urban, la care asistăm în ultimii ani, induce şi alte funcții latente sau manifeste, care sunt activate în anumite momente şi circumstanțe. Pot fi menționate strategiile de contestare a alienării oraşului modern, ce conțin, în subsidiar, dorința de perpetuare a paternurilor tradiționale şi depind de punerea în aplicare a politicilor culturale locale.

Ipoteza unei investigări plauzibile a interdependenței dintre activarea coordonatelor dominante/subiacente, particularitățile unui anumit tip de spațialitate, caracteristicile planurilor contextuale, şi componenta socială a variantelor de asociere la nivelul grupurilor de colindători se bazează pe analiza datelor obținute în urma unei prospecții de teren în mediul citadin, limitată la două zone eşantion. Întrucât formularea unor concluzii sau a unor enunțuri cu caracter generalizator presupune un stadiu avansat al cercetării ştiințifice, au fost punctate numai acele aspecte ce se plasează în zona evidenței.

Festivalul de colinde şi muzică sacră - 1999

Foto: Marian Nicolae

Opțiunea pentru aceste instrumente muzicale este indusă, pe de o parte, de stilul interpretativ al corurilor care au înregistrat armonizările realizate de compozitorii români pentru cântecele de stea , pe de altă parte, de faptul că flautul, vioara, chitara sunt instrumente de muzică clasică, prin intermediul cărora este facilitată crearea este componența repertoriului cântecelor de stea, alături de care, sunt incluse şi se detaşează un set de melodii devenite şlagăr, şi a căror interpretare s-ar putea formaliza, precum: „O ce veste minunată!", „Trei păstori", „Iată, vin colindători!", „Domn, domn să-nălțăm" şi un set de cântece de stea şi colinde mai puțin interpretate, dar la fel de cunoscute. Formațiile ce le de tip cerşit, în timp ce, în spitale, unde grupurile de colindători resping remunerația de orice fel, dominantele nu mai sunt de natură pecuniară. Colindatul în spațiile percepute ca fiind profitabile din punct de vedere financiar (sediile firmelor, piețele, blocurile situate în zone rezidențiale) capătă funcții şi forme de manifestare distincte față de colindatul în

*** Notă:**

Mulțumim colegilor: Georgeta Moraru, Alina Ciobănel, Paul Drogeanu, Nicolae Teodoreanu, Marian Lupaşcu, Laura Jiga, Anca Stere, Rodica Raliade, Armand Guță, Radu Toader, care ne-au oferit informații utile cu privire la fenomenul colindatului în Bucureşti.

Studia

Pledoarie pentru etnologia urbană medievală: o aplicație asupra Braşovului

Ligia FULGA

Dacă încercăm să schițăm configurația economică a Braşovului, cu intenția de a verifica în ce masura Braşovul poate fi considerat un ***pol urban,*** după cum explică Fernand Braudel acest tip de oraşe medievale, vom putea să evaluăm dacă îşi justifică conținutul de ***economie-univers***, termen conceput de acelaşi autor; acest termen este înțeles ca un fragment din univers în sens larg, noi am restrânge sensul lui la spații geografice întinse care funcționează autonom din punct de vedere economic, această economie – univers fiind capabilă în esență să se satisfacă pe sine însuşi şi căruia îi conferă ei şi oraşelor implicate o unitate organică. (Braudel.1989:14)

În spiritul acestei interpretări, regulile tendențiale ale economiei-univers implică o sumă de spații individualizate, economice sau neeconomice, regrupate de ea. Spațiul dă sens acestei economii-univers, el presupune un ***centru***, în beneficiul unui oraş şi al unui capitalism dominant, zona care-l înconjoară căpătând semnificații deosebite. Din această perspectivă, Braşovul îndeplineşte aceste condiții, putând fi perceput ca un ***oraş-univers*** în zona de intersecție a lumii occidentale cu cea levantină, dovedind o certă vocație internațională; aşa ne explicăm de ce spre el se îndreaptă toate informațiile, mărfurile, capitalurile, creditele, oamenii, scrisorile comerciale şi tot de aici pleacă din nou.

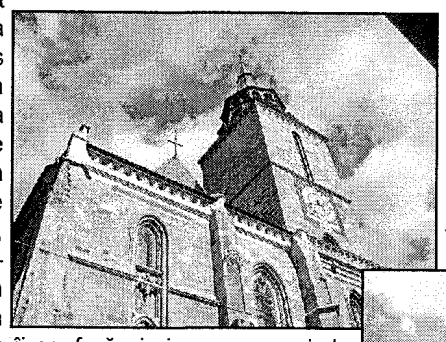
Universul urban al Braşovului, cel al oraşelor şi târgurilor transilvănene în general, de acum două - trei secole, unde rolul pieții ca loc de desfăşurare a mărfurilor era bine delimitat şi foarte important pentru locuitorii lor, trebuie perceput ca un spațiu individualizat cu o specificitate pregnantă. In perimetrul lui erau dispuse prăvăliile şi atelierele din care meşteşugarii îşi vindeau propriile produse, halele de vânzare, pivnițele de depozitare, hanurile, casele de locuit; toate acestea dau dimensiunea unei lumi în mişcare care produce, cumpără şi vinde, face tranzacții, facilitează întâlniri între oameni veniți din Occident cât şi din Orient pentru negoț.

Documentarea ştiințifică, prin artefacte muzeale şi informații de arhivă, ne oferă posibilitatea de a reconstitui şi deci de a recompune configurația acestor oraşe care au avut o economie proprie, capabilă să satisfacă nevoile specifice habitatului urban, iar legăturile lor interne şi mai ales externe cu lumea Levantului şi cu marele comerț occidental să le confere o amprentă specifică.

O trăsătură dominantă este comerțul cu produsele textile care s-a desfăşurat sute de ani şi a cunoscut forme diverse de manifestare, fie ca marfă de schimb de import importantă în tranzacțiile Braşovului dar şi ca produs indigen, local prelucrat de meşteşugarii de aici şi zona înconjurătoare.

De aceea aici se găsesc negustorii bogați, negustorii de mărfuri "turceşti" care aduceau şi vindeau la Braşov produse orientale, la loc de frunte fiind țesăturile scumpe ca *bogasia, brocatul, damast, taftaua, purpura simplă şi aurie*, covoare, mantale, caftane, căciuli, cingători, şei şi frâie turceşti cât şi mirodeniile; dar tot aici sunt prezenți, la Braşov, negustorii de mărfuri nemțeşti care negustoreau postavurile fine de Gőrlitz, Nürnberg, Köln, Louvain, Ypres, Bruges, Verona. (Pavelescu.1970:30-31,41)

Se înțelege că aceştia aduceau țesături la solicitările patriciatului urban, ale domnitorilor Țării Româneşti şi Moldovei sau pentru curțile episcopale, mătasea ocupând un loc de frunte în tranzacțiile comerciale ale epocii. Prezente încă din secolele XIV-XVI în Transilvania, mătăsurile brocate cu fir auriu, provenind din celebrele manufacturi italiene (Veneția.Genova, Lucca, Florența), au excelat în secolul al XVII-lea datorită Franței ,care preia acum definitiv supremația în țesutul mătăsii şi în modă în general,prin preluarea rapidă a stilurilor baroce de către toate curțile regale europene; francezii devin de acum pentru totdeauna arbitrii eleganței în materie de modă vestimentară. Inventarea în anul 1805 a războiului de țesut mecanic de către francezul Joseph-Marie Jacquard va duce la simplificarea vizibilă a țesăturilor cu modele colorate şi la reducerea costului lor, având ca efect lărgirea bazei consumatorilor.



Foarte bine comercializate în Braşov, în oraşele transilvănene au fost şi postavurile groase de lână provenind din Țările de Jos şi Germania, care au fost preluate apoi şi de breslele textile din Braşov şi alte oraşe transilvănene. Specializările în această branşă profesională sunt multiple: sunt cunoscuți astfel postăvarii, tunzători de postav, *perpetari* sau țesători de *raşa* care au lucrat în principal pentru nevoile populației locale, dar şi pentru export în Țările Române.

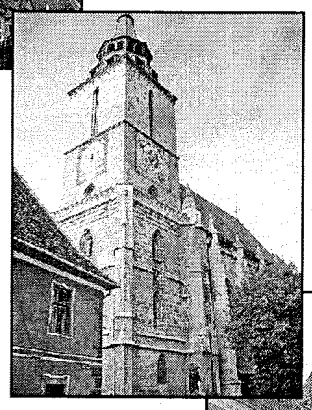
Folosind materii prime autohtone, inul şi cânepa pentru pânzeturi, lâna țurcană pentru *bobou, zeghe, cergi*, aceste sorturi de țesături au fost menținute sute de ani. Se remarcă tendința de a lucra pânzeturi şi postavuri similare cu cele din import, împrumutând în acest scop tehnici de prelucrare, instrumentar şi chiar meşteri din străinătate.

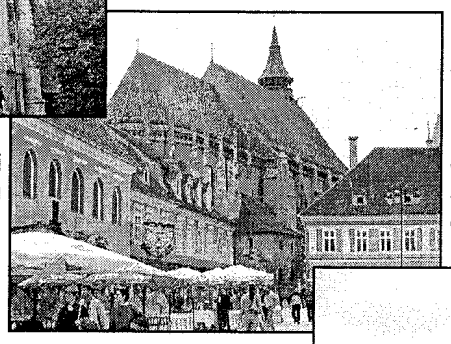
Informațiile de arhivă ne ajută să compunem un tablou sugestiv. De pildă, în secolul al XVIII-lea, țesătorii de pânză din Braşov făceau *pons* din bumbac pentru cămăşi de calitate superioară, *batist* pentru baticuri şi şorțuri, *barchet*, pânză simplă pentru cearceafuri în 2 sau 4 ițe în amestec de in cu bumbac sau de cânepă cu bumbac, pânza cernită pentru rochii, pânza folosită pentru legat la gât numită *bogasie*. Se cunosc chiar încercări de a țese *muselina* simplă, vărgată sau cu flori din fire foarte fine de bumbac, după modele străine. Postavurile mai uşoare intrau în sarcina *perpetarilor* care țeseau *perpet* sau *raşa* de culoare verde, albastru, maron, gri, negru, indigo, alb, iar la începutul secolului al XIX-lea au fost îndrumați conform modei să lucreze pe lângă *raşa*, *molton* şi *flanel*, postav de "*livree*",semipostav, *caşmir*.

Întâlnim aşadar o mare diversitate de meşteşugari localnici, aurari, postăvari, pânzari, cojocari, funari, brutari,olari etc; țărani târgoveți veniți din satele din jur, negustori levantini amestecați cu cei din Viena, Pesta, Lemberg, Frankfurt, Köln sau Augsburg, aşadar o lume pestriță, mozaicată, mânată de interese economice, dornică să profite de târgurile săptămânale, sezoniere şi anuale din Braşov.

Diversificarea socială este puternică, aici fiind consemnați cei ce făceau parte din burghezia orăşenească, pătura nobilă-patriciatul săsesc în special, dar şi o pătură mai puțin înstărită care a provenit din satele vecine oraşelor.

Rangul, statutul juridic şi bunăstarea lor socială a fost pusă în evidență şi prin modul diferit de a se îmbrăca, instituindu-se chiar regulamente care trebuiau respectate de toate păturile sociale; în ele se stipula ce anume era permis sau din contra, ce era interzis acestora, conform rangului pe care îl reprezentau, fiind precizate calitatea materialelor, prețiozitatea podoabelor şi a accesoriilor vestimentare, detalii privind găteala capului etc. pentru fiecare stare în parte .





Structura costumului urban transilvănean urmează caracterele costumului medieval european. Prin croi şi piese componente, prin accesorii şi podoabe tipice Renaşterii, prezente prin ecouri târzii în zona estică a Europei, costumul evoluează spre o amplitudine barocă excesivă tributară modei timpului şi care a persistat până la sfârşitul secolului al XIX-lea, dar translatat şi metamorfozat masiv în mediul țărănesc transilvănean care preia caracterele lui specifice într-o formă adecvată.

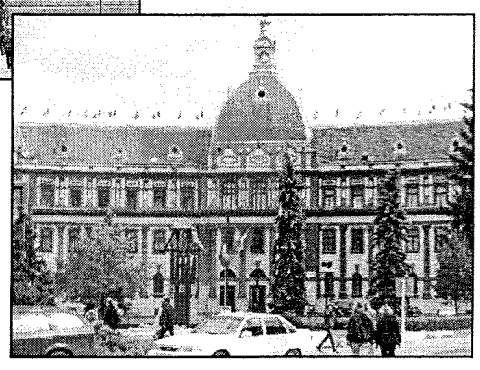
Este edificator ca realitate urbană târgul transilvănean surprins de pictorul sibian Franz Neuhauser care înfățişează costume urbane purtate de patriciatul săsesc dar şi personaje care indică portul țărănesc la sfârşitul secolului al XVIII-lea ,acestea fiind manifestari care au ecou in ruralitatea transilvăneană românească cu simbolurile şi credințele ei ancestrale.

Trebuie subliniat că această lume care ni se relevă ca fiind extrem de diferențiată, împărțită pe mai multe nivele de reprezentativitate ca origine, etnie, ocupație, status social, recompune identități culturale distincte care se intersectează, se influențează, unele ulterior se asimilează, aspect care aduce în prim plan ideea cercetării alterității culturale ca modalitate eficientă şi transparentă de explicitare a realităților cultural-istorice revolute.

Oraşele-releu aşa cum le numeşte Fernand Bruadel, înconjoară polul urban la o distanță mai mică sau mai mare, asociate sau complice. Activitatea lor se pune de acord cu cea a marelui oraş. Este suficient să amintim legăturile multiple şi constante ale oraşelor transilvănene cu Braşov, cele mai active fiind Sibiul, Clujul, Bistrița, Sighişoara în Transilvania sau cu târgurile din Moldova şi Țara Românească. Se pot cita şi alte oraşe, dincolo de spațiul românesc, care comunicau economic cu Braşovul.

Braşovul devine asistat şi servit. Aici se adăposteşte o populație pestriță, cosmopolită, cu o diversificare socială puternică, consemnând o burghezie orăşenească, o pătură nobilă-patriciatul săsesc dar şi o pătură săracă care a provenit din zona înconjurătoare. Astfel, Braşovul devine supradezvoltat, prețurile sunt scumpe, apar foarte multe restricții pentru apărarea puterii sale politice şi economice. De pildă se interzic de către Magistratul Braşovului unele activități comerciale care erau considerate drepturi cetățeneşti, adică drepturi exclusive care aparțineau oraşului. Scheienii care nu erau considerați ***cetățeni*** ai oraşului Braşov sunt împiedicați să vândă pâine, mâncăruri gătite şi vin, nici în cetate nici aiurea. (Pavelescu. 1970:30) Documentele menționează aspecte similare privitoare la negoțul cu mierea de albine, caşul şi urda proprie ori invocându-se dreptul târgului public, care impunea taxe şi reguli subiective. Mai amintim şi faptul că nici braga, băutura sărăcimii, şi nici *miedul* nu li se dădea voie scheienilor s-o prepare şi s-o vândă. Cauza opririi este mereu aceeaşi, dreptul de a fermenta este un drept cetățenesc.

Zonele de comerț sau de interes economic sunt ierarhizate, traficul fiind îndrumat spre Braşov, ca apoi să treacă sub controlul lui. Mărfurile erau aduse obligatoriu în cetate, chiar când aveau o altă destinație, pentru care se percepea o taxă; de exemplu, se plăteau 8 dinari pentru fiecare centner de peşte sărat, 12 dinari pentru centnerul de brânză, 12 dinari pentru fiecare sac de bumbac, 6 dinari pentru sacul de *scumpie*, 24 de dinari de povară de piele cordovană, 6 dinari centnerul de tutun, 5 dinari centnerul de *oloi* de in. (Pavelscu.1970:33). Aducerea în cetate a mărfurilor, Magistratul Braşovului o justifică prin dreptul său de ***fundaco*** (de depozit), considerând că taxele ce se plătesc la porțile oraşului se obişnuieşte a se plăti şi în alte părți.



Receptat dintr-o perspectivă spațială, oraşul se află într-o interacțiune reciprocă cu activitățile care devin dominante, în funcție de distanța din jurul lui, delimitându-se de la sine un micro-cosmos imaginat ca

nişte forme concentrice, aşa cum schiţează, spaţial, economistul J. Heinrich von Thünen : in primul cerc sunt situate grădinile, culturile de zarzavat, producţia de lapte; în al doilea cerc este situată cultura cerealelor; în al treilea cerc apare dominantă creşterea vitelor.(cf.Braudel. 1989:35)

Braşovul, fiind receptat ca un mare oraş, domină zonele învecinate, dând naştere schimbului dintre sat şi oraş, cunoscut ca fiind inegal dar care provoacă circulaţia corpului economic. Un prim caz identificat ca spaţiu economic, care este într-un raport de dependenţă faţă de Braşov este Ţara Bârsei. Caracteristicile unei astfel de zone vecine unui oraş ca Braşovul se referă la criteriile de formare de preţuri şi salarii, mai joase decât în Braşov, la modul de viaţă din mediul rural, mai puţin avansat decât cel cel urban, sătenii străduindu-se să împrumute meserii din mediul urban pentru a vinde oraşului precum cojocarii, curelarii, pânzarii, frânghierii.(Pascu.1954:93-256) Aici trebuie menţionat că producţia satelor este pusă în acord cu ***oraşul*** Braşov şi cu cererea pieţii externe şi mai puţin cu nevoile locale.

Pe lângă faptul că Ţara Bârsei furniza Braşovului materii prime (carne, zarzavat, produse lactate, lână, piei) este interesant de văzut în ce măsură a fost antrenată în relaţii de schimb cu breslele braşovene textile pentru procurarea fibrelor textile care se cultivau în zonă ca inul si cânepa dar şi în procesul de prelucrare a acestora. Documente din secolul al XVIIII-lea atestă faptul că multe sate din Ţara Bârsei s-au specializat în torsul firelor, breslaşii fixând pentru fiecare sat cuantumul de fire toarse contra cost; se subîntelege şi interesul locuitorilor din Ţara Bârsei de a cultiva in pe suprafeţe mai mari cu scopul de a comercializa. Sunt menţionate frecvent în documente satele Ghimbav, Cristian, Râşnov, Feldioara, Rotbav, Măieruş, Sânpetru, Bod, Hărman şi Prejmer. În a doua jumătate a sec. al XVIII-lea, breslele braşovene încep să folosească în cantităţi mai mari bumbacul importat din Turcia, motiv pentru care torcătorii de la sate preferă să toarcă bumbac. Cânepa a continuat de asemenea, să fie cultivată de anumite sate din Ţara Bârsei (satele săcelene, Tohan, Zărneşti) care o vindeau breslei funarilor din Braşov sau negustorilor. (Fulga,in Cumidava.1983:256)

O primă concluzie care se desprinde este o anumită convergenţă economică a satelor din Ţara Bârsei în funcţie de cel mai important centru urban comercial şi meşteşugăresc care a fost Braşovul.

Rămâne să investigăm dacă aceste situaţii concrete pot să devină ***modele*** aplicabile în alte situaţii contextuale similare. Mai mult, rândurile de faţă pledează pentru susţinerea etnologiei urbane medievale, în general a modului de viaţă din perimetrul urban fără de care studiul aprofundat al istoriei civilizaţiei din Transilvania ar prezenta interpretări fragmentare şi unilaterale.

Bibliografie

Braudel,Fernand1989. *Timpul lumii,* vol.I, Bucureşti, Editura Meridiane.

Pavelescu, Eugen 1970. *Meşteşug şi negoţ la românii din sudul Transilvaniei___(sec.XVII-XIX)*, Bucureşti,Editura Academiei.

Pascu, Ştefan1954. *Meşteşugurile din Transilvania până în secolul XVI,* Bucureşti, Editura Academiei.

Fulga,Ligia 1983. *Mărturii documentare privind cultivarea plantelor tehnice în Ţara Bârsei (sec.al XVIII –lea - începutul sec.al XIX-lea)*, în „Cumidava", XIII/2, Braşov.

Esen

Formule antroponimice în mediul istoric urban

Iustina BURCI

O cercetare amănunţită şi riguroasă a sistemului denominativ actual (a cărui formulă o constituie modelul *nume-prenume*) nu se poate face în afara datelor furnizate de către istorie, căci, dincolo de forma în care se prezintă astăzi antroponimia românească există un drum sinuos, care presupune sedimentări succesive, condiţionate – pe parcursul a câtorva sute de ani – de numeroşi factori lingvistici şi extralingvistici. Această întoarcere obligatorie în timp şi spaţiu, tangenţial cu evoluţia sau involuţia societăţii omeneşti, şi-a dovedit, nu de puţine ori, utilitatea. Numeroase elemente pe care le înregistrează în momentul de faţă limba română în general (şi antroponimia în special) îşi găsesc adesea motivaţia în actele şi documentele vechi, a căror dublă funcţie – de atestare şi de conservare – serveşte frecvent ca suport ştiinţific în emiterea unor teorii diverse.

Procesul de constituire a numelor de familie nu a avut aceeaşi intensitate şi nu a fost uniform nici din punctul de vedere al timpului, parcurs de la primele atestări de antroponime până la stabilizarea sistemului şi, de asemenea, nici din punctul de vedere al spaţiului de formare: sat sau oraş.

Observaţiile noastre au ca punct de plecare oraşul, deoarece aici transformările – de natură socială, economică, politică, religioasă, ale relaţiilor dintre oameni în cadrul comunităţii sau al familiei – se manifestă mai pregnant faţă de mediul rural, oraşul fiind, spre deosebire de sat, un spaţiu deschis, cu reguli mai puţin înrădăcinate în conştiinţa umană.

Urbanismul transformă relaţiile de tip patriarhal menţinute încă multă vreme în mediul rural şi în târgurile mici. Coloratura etnică şi confesională este cât se poate de "pestriţă" iar raporturile sociale se modifică mult mai rapid, sunt mult mai instabile faţă de societatea bine închegată, cu reguli "din veac", reprezentată de comunităţile săteşti. Astfel, spre deosebire de aşezările rurale, cele urbane devin treptat adevărate conglomerate în care "se înghesuie" o populaţie cât se poate de diferită: meşteşugari şi negustori în primul rând, boieri şi boiernaşi cu slugile lor, membri ai clerului, slujbaşi mărunţi ai administraţiei centrale şi locale, ţărani ce locuiau în "ocolul" oraşelor şi se ocupau cu agricultura, viticultura şi grădinăritul (Ştefănescu. 1974:132); iar faptul că centrele urbane absorb în permanenţă forţa de muncă din regiunile învecinate, face adesea imposibilă dezvoltarea meseriilor ţărăneşti în preajma oraşelor. Oraşul a constituit, de altfel, o ţintă spre care a tins permanent atât ţăranul vecin, pentru a scăpa de dependenţa faţă de feudal (populaţia centrelor urbane mărindu-se simţitor pe seama celei rurale) (Negruţi. 1981:252), cât şi negustorii străini dintre care, cu timpul, unii s-au stabilit definitiv aici, fiind asimilaţi în mare parte de către masa populaţiei autohtone. Tot acest aflux demografic, duce inevitabil la sporirea colectivităţii şi oferă meseriaşilor posibilităţi crescute de plasare pe piaţă a mărfii pe care o produc. Există între practicarea – din cele mai vechi timpuri – a diverselor meserii şi dezvoltarea urbanismului un raport dialectic: meşteşugarii reprezintă, împreună cu negustorii propriu-zişi, populaţia caracteristică şi majoritară a târgurilor, contribuind la progresul acestora, în măsura în care oraşul le oferă un mediu propice pentru a-şi desfăşura activitatea.

În secolele al XVIII-lea şi al XIX-lea, mai mult ca oricând, un factor important în dezvoltarea societăţii a fost şi colonizarea. Ea "tinde să ţină pasul cu depopularea, să-i anihileze consecinţele economice şi sociale, să devină factorul ei prohibitiv" (Vlad. 1973:35). Repopularea se va face atât cu forţe autohtone, din ţară sau din rândul celor fugiţi peste graniţă, cât, mai ales, cu străini aduşi din afara hotarelor ţării, tuturor acestora acordându-li-se anumite privilegii economice. Colonizarea a jucat, prin urmare, rolul de stabilizator demografic şi, chiar de refacere a potenţialului uman pierdut prin migrarea elementului autohton. Dar, aceste transformări demografice se petrec la o scară mult mai pronunţată şi nuanţată în mediul urban, care devine un conglomerat ale cărui trăsături sociale şi economice se conturează acum cu precădere.

Sistemul numelor personale urbane va reacţiona la toate noile schimbări şi va fi puternic influenţat de ele. Nu este vorba atât de structura lui de fond, care este în esenţă aceeaşi, cât de tipul de determinative şi de ponderea pe care acestea o au în spaţiul urban faţă de cel sătesc.

Antroponimele se clasifică, în principiu, în cinci grupe, după modul în care apar consemnate în diverse acte şi documente[1]:

I. ***nume unic***: *Albul, Andronache, Badiul, Bucur, Calotă, Crăciun, Dima, Dragul, Dumitru, Enache, Grigore, Istrate, Lăpădat, Lupul, Mihalache, Neagul, Nica, Nitul, Pătraşco, Stănilă, Ştefan, Toader, Toma, Velişcu, Vişan, Zaharia* etc. Acest model are o frecvenţă destul de redusă în mediul urban, deoarece relaţiile stabilite între indivizi sunt multiple şi complexe, iar utilizarea unui singur element denominativ nu mai îndeplineşte cerinţele impuse de realitatea plurivalentă a oraşului. În plus, forma unora dintre ele (*Bălăcean, Calotă, Popăscul*) şi semantica altora (*Botezat, Doniţă, Grozav, Streşină, Toropală*) nu ne permit să le tratăm drept nume individuale, deşi apar în documente ca mijloc unic de denominaţie personală. Funcţia lor este mai degrabă aceea a unui supranume (Ionescu, 1978:245).

II. ***nume + sin[2] (brat, zet, vnuc, fiu, frate, nepot, al, a*** etc.***) + nume:*** *Toader sin Ionăşcuţă, Gheorghe sin Roşu, Ion zet Dobre, Iordache zet Covrig, Grigoraş nepot Lungului, Ioniţă brat Simeon, Ignat brat Paraschiv, Lupul văr Predii, Ştefan socru lui Postolachi, Urziceanu vnuc Dudu, Manea al Popescului* etc. În cadrul acestei formule filiaţia este evidentă, legătura făcându-se prin raportare directă la predecesor sau rudă apropiată. Nici acest model nu se mai întrebuinţează pe scară largă mediul urban[3] pentru că fiecare individ începe să se raporteze din ce în ce mai mult la el însuşi, la ceea ce reprezintă el în sine, şi mai puţin la clanul familial.

III. ***nume unic + determinant****:Coste bogasier; Constantin, croitor; Costin, butnar; Dumitru, cărămidar; Dima, curălar; Enache, sârbul; Eni, grec; Gavril, rotar; Ignat, ciobotar; Iorga, cioban; Năstase, băcal; Lupaşcu, dulgherul; Ursul, şelar* etc. Modul acesta de denominaţie are, atât temporal, cât şi spaţial, o arie vastă de răspândire. Apariţia şi dezvoltarea sa este imperios cerută de nevoia de concretete şi siguranţă în stabilirea relaţiilor interumane din cadrul societăţii.

O serie de factori psiho-sociali – omonimia între persoanele desemnate prin acelaşi calificativ, apariţia conştiinţei dreptului de proprietate şi de moştenire, participarea tot mai nuanţată la viaţa economico-socială a comunităţii – au scăzut gradul de determinare al numelor individuale, făcând necesară, pentru a preîntâmpina anumite neclarităţi între membrii colectivităţii, folosirea unor "termeni auxiliari" cu un potenţial mai ridicat de identificare.

În proporţie de 80% din cazuri termenul secund care însoţeşte numele unic reprezintă denumirea meseriei (ori a funcţiei) pe care individul o practică (păcurar, tutunar, condurar, stegar, cărămidar, mazil, armăşel, lădar, cepar, postăvar, dogar, rogojinar, blidar, lumânărar, lemnar, halvagiu, humar, rotar, scripcar, săpunar, spoitor, steclar, potcovar, dârvar, hoştinar, clopotar, chelar, mătăsar, apar, covătar, brăgar, zlătar etc.) sau etnia (sârb, grec, jidov, ţigan, rus, turc, moldovean, muntean etc.), acestea fiind două dintre mijloacele care ofereau o identificare precisă şi sigură. Este motivul pentru care frecvenţa apariţiei lor este destul de mare, iar rolul pe care îl joacă este, de fapt, cel al numelui de familie – neoficializat încă. Deşi "apelativele indicând îndeletnicirea, intrate ca determinante în formula de denominaţie, trăiesc de obiceiu numai atâta cât trăieşte individul care exercită realmente îndeletnicirea" iar "urmaşii, cu alte îndeletniciri moştenesc asemenea supranume numai în cazuri speciale, când adecă supranumele îşi asumaseră prin întinsa lor întrebuinţare, o valoare simbolică familiară şi cu o tendinţă vădită de depreciere" (Paşca. 1936:91-92) se pare că, privit la modul general, acest procedeu de formare a numelui de familie s-a constituit într-o metodă preferenţială (cetăţeanul preferă să-şi declare ca nume de familie titlul îndeletnicirii sale) şi, în acelaşi timp, referenţială a sistemului nostru denominativ. Numărul mare al antroponimelor provenite de la meserii cu veche tradiţie în istoria Olteniei (a poporului în general) precum şi prezenţa în inventarul de astăzi a numelor de familie alcătuite de la îndeletniciri dovedesc viabilitatea modelului şi, totodată, valoarea documentară a elementelor sale componente.

Numele de familie-meserii sunt, astfel, mai ales urbane, deoarece în târguri şi oraşe erau mai dezvoltate meseriile (Vlăduţiu, 1973:342) şi aici s-au constatat cele mai frecvente schimbări de profesii din tată în fiu, încă de foarte devreme. În localităţile rurale unde se exercita aceeaşi profesie, de crescător de animale sau de agricultor, care făcea aceleaşi culturi, profesia nu caracteriza individul, în afara câtorva meserii indispensabile (Goicu. 1996:137).

Pe lângă funcţiunea antroponomastică pe care o îndeplinesc, importanţa lor este astăzi şi una de ordin semantic păstrându-se vii – prin ele – noţiuni dispărute odată cu îndeletnicirile pe care le desemnau (*abagiu* – fabricant sau vânzător de aba "postav alb", *baraictar* – stegar, *calpacciu* – vânzător de calpace "căciuli, glugi", *cavaf* – vânzător de încălţăminte ordinară, *dârvar* – tăietor de lemne în pădure, *cărbunar* – cel care face sau vinde cărbuni, *găitănar* – fabricant ori vânzător de găitane, *mumgiu* – fabricant de lumânări, *suiulgiu* – meşter fântânar etc.).

(Continuare în pagina 12)

Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj

Esen

Un zvon sau o legendă contemporană?

Florenta POPESCU

„Nu ştiu dacă e adevărat sau e umflată toată treaba, dar un lucru e sigur: e un sâmbure de adevăr in toată chestia asta! Ce este mai bun decât să fie însoţit prânzul nostru sau pizza de la cină, de o Coca-Cola rece sau... Răcoritoare, digestivă şi mai ales <<fară moarte>>.

Nu cumva, însă, în spatele acestora se ascunde ceva? Există ceva ce nu ştim? Ce este, în fine, acest lichid negru spumant pe care îl numim Coca-Cola?

Citeşte!

În multe state ale Statelor Unite ale Americii poliţiştii cară două galoane de Coca-Cola într-un camion ca să curete sângele de pe drumuri în urma accidentelor.

Dacă puneţi o friptură (o bucata de carne) într-un bol cu Coca-Cola, va dispărea după două zile.

Ca să curăţaţi toaleta puneţi în scoica veceului o Coca-Cola şi lăsaţi <<cunoscutul gust>> să stea pentru o oră, după care trageţi apa. Se va fi curăţat în mod impecabil şi va străluci de curăţenie. Acidul citric al Coca-Colei va face să dispară toate petele colorate de pe suprafetele sticloase şi de pe porţelanuri.

Ca să scoateţi rugina de pe aparatele cromate ale autovehiculelor frecaţi cu o bucată de folie de aluminiu mototolită şi înmuiată în Coca-Cola.

Ca să curăţaţi contactele (polii) unei baterii auto de coroziuni vărsaţi peste aceasta o Coca-Cola. Ca să slăbiţi un şurub ruginit (cu piuliţa) puneţi deasupra lui o cârpă înmuiată cu Coca-Cola pentru câteva minute. Petele de rugină, în general, se înlătură dintr-o singură mişcare dacă puneţi peste aceasta o cârpă înmuiată cu Coca-Cola.

Ca să gătiţi o friptură suculenta de porc vărsaţi o Coca-Cola în tavă, înveliţi carnea intr-o folie de aluminiu si aşezaţi-o în tavă şi apoi puneţi-o la cuptor ca să se frigă. 30 de minute înainte de a fi gata scoateţi folia de aluminiu şi lăsaţi zeama să se amestece cu Coca-Cola. Sosul care se va crea va fi foarte gustos.

Ca să scoateţi petele de grăsime de pe haine adăugaţi o Coca-Cola în maşina de spălat împreună cu detergentul si apoi frecaţi in mod ciclic.

De asemenea, Coca-Cola ajută la eliminarea petelor si neclarităţilor de pe parbriz.

Coca-Cola are acid fosforic cu PH 2,8 (3,4 după alţii)! Poate să dizolve un cui in patru zile. (PH-ul are valori cuprinse intre 1 pentru acizi şi 14 pentru baze. Un PH de 7 se consideră neutru).

Ca să se transporte principala soluţie concentrată a Coca-Colei ar trebui ca şi camionul-transportor (cisterna) să utilizeze semnul <<Hazardous Material>>, care înseamnă <<Produs de mare pericol>>. Firmele care dispun de Coca-Cola o folosesc ca să curete motoarele camioanelor lor de mai bine de douăzeci de ani!

Acest produs îl bem! Normal că-l folosim şi pentru a curăţa petele noastre. Şi pe deasupra plătim pentru asta! CINE NE PUNE?

Corect?

Informativ: Valoarea medie a răcoritoarelor gazoase este de 3,4. Această cantitate de acid este suficient de puternică ca să dizolve dinţi si oase! Corpul nostru încetează să mai <<construiască>> oasele aproximativ la vârsta de 30 de ani. După această vârstă oasele încep să se dizolve în fiecare an prin intermediul urinei noastre, depinzând însă întotdeauna de aciditatea mâncării pe care o ingerăm. Calciul diluat ajunge în artere, în vasele sanguine, în piele, în ţesuturi şi în diverse organe (în rinichi rezultatul este formarea pietrelor renale).

Răcoritoarele nu au deloc elemente naturale (în comparaţie cu vitaminele şi apa naturală). Conţin mult zahăr, au o aciditate mare si coloranţi.

Mulţi oameni preferă să bea băuturi gazoase după fiecare masă. Vă imaginaţi care este consecinţa?

Consecinţa?!

Corpul nostru are o valoare indicativă de 37 grade Celsius pentru funcţionarea digestiei enzimelor. Temperatura răcoritoarelor gazoase este cu mult mai scăzută de 37, de multe ori apropiată de zero grade. Această diferenţă de temperatură are ca rezultat influenţarea procesului de prelucrare a enzimelor şi generarea stresului în sistemul nostru digestiv, determinându-l pe acesta să digere mai puţină mâncare. În realitate mâncarea fermentează. Mâncarea fermentată generează mirosuri urâte, gaze, putreziciune si toxine, care sunt absorbite de intestine si astfel intră în sânge de unde se distribuie în întregul organism.

Această răspândire a toxinelor ajută la generarea diferitelor boli. Câteva exemple:

Acum câteva luni a luat loc un concurs la Universitatea din Delhi. <<Cine va bea mai multă Coca-Cola?>> Câştigătorul a băut 8 sticle şi a murit pe loc din cauza supradozei de <<bioxid colorant>> (cernelat) în sânge şi a lipsei oxigenării. De atunci, decanul a interzis categoric răcoritoarele carbogazoase la bufetul universitatii.

Cineva a pus un dinte spart într-o sticlă cu Pepsi-Cola, care în timp de zece zile s-a dizolvat! Dinţii şi oasele sunt singurele părţi din organismul uman care rămân intacte destul de mult timp după moartea noastră.

Vă imaginaţi ce poate face această răcoritoare sensibilelor noastre intestine şi interiorul stomacului în ce hal poate ajunge?

Călduros apel pentru toţi: Trimiteţi acest mesaj tuturor prietenilor voştri, astfel încât să lărgim informarea referitoare la ce sunt răcoritoarele gazoase.

Mai doriţi încă să beţi o Coca-Cola sau un Pepsi-Cola?"

Textul reprodus mai sus a fost primit pe e-mail în urma cu câteva luni de la un prieten. În acelaşi timp sau într-o perioadă apropiată, el a fost primit şi de alte cunoştinţe ale mele, într-o formă identică (fiind cel mult completat cu anumite consideraţii iniţiale sau finale ale celor care transmiteau respectivul text). După forma si conţinut (are referinţe la întâmplări petrecute în majoritate în SUA, iar unele expresii sunt în mod cert traduse din engleză – vezi, de exemplu, „a luat loc un concurs", în loc de „a avut loc un concurs"), textul este o traducere a unui original scris probabil în limba engleză.

De asemenea, ne aflăm în faţa unei scrieri care circulă de ceva timp pe Internet, după cum o arată cristalizarea sa formală (în forma iniţială, paragrafele erau alcătuite dintr-o singură frază; în plus, din el nu lipseşte nici rubrica „trimite unui prieten", regăsibilă în orice text de popularizare sau comercial existent pe Internet, aici însă într-o formulare adecvată mesajului, la care vom reveni ceva mai târziu).

Subiectul este nocivitatea băuturilor răcoritoare de tip Coca-Cola (este de remarcat că, deşi referirea este la băuturile carbogazoase în general, totuşi Coca-Cola este vizată în primul rând). Caracterul lor distrugător pentru sănătatea organismului este prezentat astfel încât să fie mereu în antiteză cu imaginea aparent benignă pe care o propagă reclamele la aceste băuturi. Perspectiva din care e prezentă ceea ce trebuie demonstrat este una cu pretenţii tehnico-ştiinţifice. Astfel, nu lipsesc referirile la experimente culinare (friptura), practice (scoaterea petelor) sau tehnice (curăţarea şuruburilor sau a ruginei), combinate cu informaţii ştiinţifice constând în prezentare de date, cifre exacte şi efecte nocive asupra organismului.

Tot acest corpus de informaţii pare a se organiza în jurul a doua climaxuri, unul iniţial, iar celălalt final, constând în referiri la decese. Astfel, climaxul iniţial se referă la curăţarea sângelui victimelor accidentelor cu ajutorul Coca-Colei, făcând astfel referire la o utilizare doar macabră a acestei băuturi, în timp ce climaxul final are drept subiect moartea câştigătorului unui concurs de băut Coca-Cola, de data aceasta băutura având rolul de cauză unică a decesului unei persoane.

Pornind de la aceste considerente preliminare, vizibile la o prima abordare a textului, ne-am pus întrebarea în ce categorie poate fi acesta încadrat. Maniera în care se prezintă (circulă din gură în gură sau, mai curând, din computer în computer, autor necunoscut) îl califică încă din start ca pe un produs cu caracteristici folclorice, dacă prin acestea ne referim la caracterul anonim şi colectiv al produsului folcloric (Pop, Ruxandoiu, 1991). Cu toate acestea, subiectul apartenenţei textului nu este nici pe departe epuizat, dacă ne gândim numai la felul în care este colportat şi, mai ales, la conţinutul său. De aceea ne vom referi la fiecare dintre aceste caracteristici în parte.

În primul rând, din punctul de vedere al transmiterii sale, primul lucru care trebuie remarcat este caracterul său scris. Textul a fost produs pentru a fi citit de un număr indefinit de receptori. Cu alte cuvinte, tipul de transmitere se raportează la comunicarea scrisă, care, după cum spun tratatele clasice de folclor, se opune celei folclorice, caracterizată prin oralitate. Cu toate acestea, se ştie că există texte prin excelenţă folclorice, dar care au fost destinate transmiterii pe cale scrisă (şi ne vom referi în acest caz la *„Poeziile soldatului Tomuţ"* publicate de I. Brăiloiu); în plus, textul analizat conţine şi el câteva mărci ale oralităţii (adresarea directă, folosirea imperativelor, îndemnul final) care, fără a-l transforma într-un produs oral, ne fac totuşi să-l integrăm într-o categorie a oralităţii aflată, ca să spunem aşa, „între gură şi mană", în care se integrează o categorie de texte colportate atât pe Internet, cât şi prin birouri (acestea din urma au primit chiar denumirea de „folclor de birou").

În al doilea rând, din punct de vedere funcţional, avem de-a face cu un text din categoria celor pe care antropologia americană le numeşte „FOAF tales" (abrevierea expresiei „friend of a friend tale", „povestire auzita de la prietenul unui prieten"). Este vorba, în acest caz, de diverse texte al căror autor nu este cunoscut, dar care conţin informaţii prezentate ca sigure, deşi in majoritatea cauzelor nu pot fi deloc verificate. În această categorie se integrează zvonurile, dar ea este specifică şi pentru legenda contemporană, fiind una dintre caracteristicile definitorii ale acesteia.

Din punctul de vedere al conţinutului său, în centrul acestui text se află băuturile răcoritoare carbogazoase. De fapt, după cum am precizat mai sus, adevărata vedetă a acestui articol este Coca-Cola, obiectul de consum considerat o marcă definitorie pentru lumea occidentală în ansamblul ei. În cazul acestei băuturi, de altfel, pe lângă „conţinutul manifest" al textului (dacă ne este permis să preluăm o sintagmă din jargonul psihanalizei), care se referă la nocivitatea unei băuturi aparent inofensive, îndrăznim să avansăm ipoteza că ne confruntăm şi cu un „conţinut latent", acela al demonizării respectivei băuturi de către opozanţii globalizării, care o consideră unul dintre cele mai percutante mijloace de „mcdonaldizare" a lumii contemporane, de ştergere a diferenţelor de identitate, de spălare a creierilor de către societatea de consum. Textul prezintă Coca-Cola ca pe o băutură cu implicaţii foarte nocive, letale chiar, ascunse în spatele unei aparenţe atrăgătoare. Acest mod de a prezenta lucrurile este, iarăşi, una dintre caracteristicile legendei contemporane (pe care o împarte însă cu zvonurile, cărora le este de asemenea proprie interpretarea lucrurilor ca aparenţe ale unei realităţi ascunse).

În sfârşit, din punct de vedere narativ, textul se organizează ca o succesiune de informaţii cu un caracter care se vrea ştiinţific, din care nucleul narativ lipseşte aproape cu desăvârşire. Forma pe care o ia este, evident, subsumată intenţiei mesajului, care este, după cum se spune explicit în final, aceea de a-i face pe receptori să ia atitudine în faţa avansului luat de aceste băuturi. Totuşi, naraţiunea nu lipseşte cu desăvârşire din text, deşi este plasată către sfârşitul acestuia. Astfel, în această poziţie avem o relatare (care ar putea să devină o naraţiune separata) despre moartea unui câştigător al concursului de băut Coca-Cola, fapt prezentat ca întâmplat recent, în urma cu câteva luni (deşi nu ştim când a fost produs textul analizat). Prezenţa acestei naraţiuni ne face să bănuim că ea este centrul ascuns al textului, climaxul acestuia, deoarece conţine un element de senzaţional dramatic care cu greu poate fi ignorat şi care se constituie de altfel în argumentul forte împotriva băuturii incriminate. De altfel, chiar plasarea lui la final, întărit de referirea la dintele dizolvat şi înaintea apelului la răspândirea informaţiilor prezentate, este de natură să îndrepte atenţia asupra sa, deoarece rămâne în minte ca un element ce nu poate fi uitat cu uşurinţă.

Procedeul literar folosit este de altfel unul aluziv, informaţiile referitoare la ce este buna Coca-Cola fiind puse într-o legătura indirectă cu efectele ei dăunătoare asupra organismului. Astfel, cu excepţia povestirii din final, nu se spune în nici un loc cu precizie care sunt efectele asupra organismului, orice acţiune fiind prezentată potrivit următoarei scheme logice: „dacă răcoritoarea are

acest efect asupra obiectelor neînsufleţite, imaginaţi-vă ce-i poate cauza corpului nostru!". Motivul folosirii aluziei este acela că apelul la imaginaţie se poate dovedi un procedeu de impresionare foarte eficient, ceea ce nu este numit fiind întotdeauna mai impresionant decât prezentarea precisă a lucrurilor. De altfel, chiar şi în minipovestirea din final, în ciuda faptului că aparent avem de-a face cu o revelare a caracterului nociv al băuturii, textul conţine încă o aluzie simbolică. Este vorba de faptul că persoana care moare în urma consumului de Coca-Cola nu este un oarecare, ci chiar câştigătorul concursului. În acest caz, pe lângă informaţia că băutura este cauza morţii, se mai poate observa că de fapt terenul tare în această povestire este concursul. Astfel, din acest unghi, câştigătorul câştigă Coca-Cola care îi aduce moartea, ceea ce ne face să presupunem că, din această perspectivă, Coca-Cola nu este doar o băutură cauzatoare de moarte, ci este chiar o imagine a morţii. În aceasta pare a consta, de altfel, morala textului.

Rămâne acum să vedem care este perspectiva emiţătorului asupra celor relatate. După cum se poate observa, începutul este relativ reticent, dar naratorul pare destul de înclinat să acorde gir celor relatate, în timp ce finalul nu mai lasă nici o umbră de dubiu în privinţa părţii de care se situează. El chiar încearcă sa moralizeze virtualii receptori („Mai doriţi încă să beţi o Coca-Cola sau un Pepsi-Cola?" este o întrebare cu rol de avertizare, menită sa rămână în mintea celor ce citesc textul).

Considerând toate cele spuse, este timpul să răspundem la întrebarea în ce categorie se încadrează acest text. O primă impresie, superficială, ne poate îndrepta către concluzia că avem de-a face cu un zvon. Totuşi, există o categorie narativă căreia îi sunt următoarele caracteristici: împletire de fapte reale cu informaţii imposibil de verificat, iar sursa primă de la care provin acestea este şi ea imposibil de depistat. Această categorie este, după cum am enunţat deja în cursul analizei, cea a legendei contemporane sau urbane. Această subdiviziune a epicii orale este, după cum se ştie, răspândită mai ales în societăţile urbane contemporane, iar internetul este o modalitate extrem de la îndemână de a o face cunoscută (menţionăm în treacăt că etimologia cuvântului „legendă" este „ceva destinat citirii", adică exact modul în care sunt receptate aceste producţii transmise prin e-mail). După conţinut, legenda de faţă este de încadrat în categoria celor care au ca subiect mâncarea şi sănătatea, doua preocupări majore ale lumii moderne şi, tocmai de aceea, generatoare de mituri. Funcţia sa este, din acest motiv, una moralizantă (ceea ce este o altă caracteristică al agendei contemporane, spre deosebire de cea tradiţională, a cărei funcţie de bază este cea explicativă), legenda prezentându-se astfel ca o încercare disperată de a ordona o lume în care haosul domneşte, iar comportamentele deviante şi obiectele nocive trebuie identificate din spatele aparenţelor inocente pentru ca indivizii să poată fi protejaţi de o lume care devine din ce in ce mai periculoasă şi mai ostilă.

Bibliografie minimală

Van Gennep, Arnold 1997. Formarea legendelor, Iaşi, Polirom.

Angelescu, Silviu 1983. Postfaţă la Legende populare româneşti, Bucureşti, Albatros.

Pop, Mihai şi Ruxăndoiu Pavel 1991. Folclor literar românesc, Bucureşti, Editura Didactică si Pedagogică.

Constantinescu, Nicolae 1988. Implicaţii teoretice in delimitarea categoriilor narative contemporane, Memoriile Secţiei de Filologie, Literatură şi Arte, seria IV, tomul X, Bucureşti.

Esey

Manual de construire a identităţilor virtuale

Sebastian CORNEANU

Log in...

El, nickname Cyberman: ea, nickname Exotic. Loc de întâlnire: camera de chat a serviciului mirc, adresa, undeva.ro. Ambii sunt prinşi într-un dialog, pe care oamenii buni la suflet îl pot considera tentativă de seducţie, mustind de "oh" şi "ah", în care degetele din ce în ce mai transpirate aleargă tot mai repede pe tastatură, transmiţând cumva interlocutorului starea de excitaţie a ambilor.

El, îşi reazemă cei 17 ani într-un scaun al unui Internet Cafe, concentrat asupra monitorului, neatent la ţigara care se fumează singură în scrumiera pe care o împarte cu vecinul de alături, care, la fel de concentrat întru comuniunea cu "spaţiul virtual", aşteaptă cu nerăbdare ca pagina cu conţinut rezervat adulţilor să se încarce odată. "Man, zice el, 'netul aici merge naşpa rău. Crecă descarcă admin-ul ceva filme!"

Ea, stă încordată în scaunul ergonomic din faţa calculatorului proprietate personală, trăgând cu urechea la zgomotele care vin din sufrageria conjugală. Încă se aude comentariul crainicului sportiv care, cu o voce din ce în ce mai ridicată îi poartă pe telespectatori prin hăţişurile campionatului intern de fotbal. La cei 30 împliniţi, încă nu poate înţelege telenovelele generos distribuite de posturile tv, şi simte nevoia să-şi ia cumva doza de romantism.

Dialogul el-ea atinge cote dramatice, în care cei doi îşi mărturisesc interesul şi dorinţa de a se vedea unul pe celălalt. El trimite o imagine care îl înfăţişează într-o postură virilă, nu prea clară însă, pe care o ţine în căsuţa de e-mail, iar ea îi dă replica cu o fotografie făcută cu ani buni în urmă, pe vremea când lupta cu kilogramele în plus încă nu începuse.

... user...

Oameni în carne şi oase. Iată o sintagmă care, în contextul actual, îşi pierde sensul de bază devenind o simplă afirmaţie, fiind mai degrabă un soi de asumare a unei identităţi stabile, identitate care poate fi inclusă în câmpul existenţei cotidiene şi poate fi raportată la statutul social al persoanei.

Dincolo de aceasta... aspiraţii mai mult sau mai puţin realizabile, dorinţe diverse, visuri care îşi caută o formă, mai mult chiar, indivizi care încearcă să-şi definească identitatea într-un mod propriu si prin mijloace proprii, într-un context în care persoana se măsoară mai degrabă prin statutul social şi disponibilităţile materiale şi nu prin calităţi sau defecte proprii, subsumate în ceea ce denumim prin termenul generic de persoană.

Mai mult chiar, se manifestă din ce în ce mai mult dorinţa individului de a se autopropune ca fiind un anumit tip de persoană, conformă sau nu unui model, fenomen care de regulă are un efect total opus celui scontat, deoarece, în marea majoritate a cazurilor, modul în care îl percep ceilalţi pe respectivul individ diferă de autoreprezentarea sa.

În acest context, asumarea identităţilor virtuale de către individ poate fi considerată o modalitate de a-i ocoli pe ceilalţi, ne referim aici la cei aflaţi în proximitatea sa, în favoarea construirii unei noi identităţi care, deşi ipotetică în societate, în mediul virtual este reală. Mai mult chiar, în interiorul mediului virtual această identitate devine cumva o *persoană*, cu toate caracteristicile de rigoare: are un nume, are preferinţe, în marea majoritate a cazurilor are prieteni la fel de virtuali, are o opinie, poate fi citată, deci, cu alte cuvinte este o referinţă în cadrul mediului.

Mulţi ar putea considera procesul de construire a identităţilor virtuale ca fiind o modalitate de elaborare a unui nou rol pe care individul îl joacă pe "marea scenă" a vieţii sociale. Apare aici o problemă: în cadrul vieţii sociale individul are un rol bine determinat, ca rezultat mai mult sau mai puţin direct al unui context foarte clar precizat, îngrădit de bariere legale, morale, economice, geopolitice etc. În acest context social, individul are o limită, care de cele mai multe ori este percepută ca o barieră peste care nu se poate trece, din diverse considerente reale, care în unele situaţii sunt conştientizate şi asumate iar în altele nu: nu are bani, nu are poziţie socială, nu îl ajută fizicul sau creierul, nu e un om de societate iar lista poate continua la nesfârşit. În cele mai multe cazuri însă, dincolo de motivele mai sus enunţate, construirea identităţilor virtuale corespunde nevoii individului de a-şi depăşi sau nega condiţia reală. Desigur, identitatea virtuală are toate caracteristicile unei măşti în spatele căreia individul se ascunde, dar în realitate ea poate fi considerată cu mult mai mult decât o mască, atâta vreme cât această identitate ipotetică devine un soi de *alter* electronic, cu o existenţă de sine stătătoare la nivelul mediilor. Şi, ca un făcut, această identitate virtuală ajunge deseori să domine, direct sau indirect, persoana reală care stă în spatele ei.

Pare exagerată această afirmaţie, dar, în marea majoritate a cazurilor în care persoanele reale creează identităţi virtuale bine precizate - când spunem asta ne referim la identităţi asumate, considerate emblematice pentru persoana respectivă – aceste identităţi dobândesc o existenţă de sine stătătoare la nivelul mediului iar persoana, mai mult sau mai puţin, devine un soi de sclav al acestei identităţi din momentul în care şi-o asumă. Cu alte cuvinte, trăind prin intermediul unui simulacru te laşi influenţat de contextul în care evoluează acesta, aici incluzând în principal modul în care simulacrul este perceput şi intră în relaţie cu ceilalţi la nivelul reţelei.

La prima vedere pare ciudat faptul că o identitate virtuală pe care o creezi ajunge să te domine. Dar e suficient să ne gândim la modul în care "viaţa socială" din reţea ajunge să domine existenţa individului real, care deseori îşi organizează activităţile cotidiene luând în calcul timpul alocat aşa zisului control al identităţii virtuale, motivând bineînţeles, faţă de sine şi faţă de ceilalţi, că pe el nu-l pasionează prea mult internetul ci doar mai pierde timpul vorbind cu băieţii pe mirc.

Ceea ce vrem noi să punem în evidenţă este faptul că, din simplu mediu de informare, reţeaua a devenit un soi de spaţiu simbolic, populat de diverse personaje virtuale, unele dintre ele adevăraţi eroi – cel puţin aşa sunt percepute de către celelalte personaje - organizate într-un soi de "triburi", care de regulă sunt concentrate în jurul unui interes comun. Indiferent că e vorba de forumurile de discuţii centrate în jurul unei teme precise, de fan club -urile care par să fi invadat reţeaua, de locurile unde poţi să faci fel de fel de aranjamente amoroase sau să înjuri sub pavăza anonimatului, există un soi de lideri de opinie, deseori citaţi, care sunt emblematici pentru locaţia respectivă.

Observaţi că am folosit termenul "loc" şi nu termenul standard de "site" sau forum. Acesta nu este un lucru arbitrar, ci este modalitatea în care "internauţii" definesc locaţiile în care navighează. Ei "merg" din site în site şi nu navighează (termenul standard), ei "au fost" pe o pagină şi nu au intrat într-o pagină web; cu alte cuvinte ei îşi reprezintă şi percep reţeaua ca pe un spaţiu virtual cu o dimensiune oarecum fizică, un soi de realitate alternativă ar fi mai corect să spunem. Nu este timpul şi nici locul pentru a analiza modul în care este perceput şi reprezentat spaţiul virtual, important fiind însă simplul fapt că el este perceput ca atare. Aceasta sugerează un anumit tip de relaţie individ real – spaţiu virtual, în care acesta din urmă devine un soi de câmp al experienţei umane.

În acest peisaj simbolic identităţile virtuale, indiferent că sunt în "chat room" sau mai pe româneşte camere în care poţi să dialoghezi cu alte identităţi virtuale, sau participă la forumuri de discuţii pe diverse tematici, întreţin un soi de relaţii sociale, bazate în principal pe nevoia de comunicare a individului. Deşi în aparenţă societatea postmodernă îl transformă pe individ în consumator de mesaje – în principal prin intermediul mass-media – tot ea îl împinge pe acesta în domeniul comunicării mediate, care în foarte multe cazuri se face sub pavăza anonimatului. Faptul că individul apelează la reţea pentru a comunica şi pentru a se autoreprezenta, poate fi considerat, în raport cu ofensiva mass-media, un soi de reacţie prin care individul încearcă să definească un soi de "cultură alternativă" aplicabilă la nivelul unui grup centrat în jurul unor preocupări comune.

Procesul creării identităţilor virtuale este însă mai mult decât o reacţie la mass-media şi modelele culturale vehiculate de aceasta. El reprezintă o modalitate de evadare din cotidian, o cale prin care individul se realizează pe sine, în funcţie de aspiraţiile sau pulsiunile sale, prin intermediul identităţii virtuale asumate. Dacă luăm în calcul implicaţiile psihologice ale procesului, vom observa că, dacă în consumul mass-media individul este un soi de extensie a acesteia, trăind prin intermediul eroilor propuşi – substituindu-se acestora, aşa cum este cazul vizionării filmelor - prin elaborarea identităţilor virtuale individul participă direct, mai mult sau mai puţin creativ, la edificarea unei lumi noi, guvernată de alte reguli, principii, ierarhii, o lume în care poţi găsi cu uşurinţă indivizi cu preocupări şi gusturi similare.

Din acest punct de vedere internetul reprezintă mai mult decât o reţea care are ca scop comunicarea şi informarea. Reţeaua devine, din ce în ce mai mult, o alternativă la existenţa cotidiană, loc şi "spaţiu" în care individul se realizează pe sine prin intermediul identităţilor virtuale. În această lume a multiplelor ipostaze, a posibilităţilor nelimitate de manifestare, ceea ce contează cu adevărat este ca individul să aibă suficiente cunoştinţe şi imaginaţie pentru a realiza un soi de comuniune cu mediul electronic.

... Log out

Formule antroponimice în mediul istoric urban

(continuare din pagina 9)

Interesant este faptul că numele de meserii nu-şi pierd funcţionalitatea – după cum se va vedea din modelul următor – nici după ce prezenţa lor nu mai este, în mod logic, necesară: *Sava Irimie, plugar; Ioniţă Gâscă, vier; Ştefan Chişle, amăut* şi exemplele pot continua, au primit, deşi formula antroponimică era completă (prenume + nume), încă un determinant – nume de meserie sau funcţie – pentru o mai mare concreteţe în stabilirea corectă a identităţii.

IV. ***prenume + nume + determinant***: *Panfile Mănăilă, vier; Toader Amăut, pitar; Gavril Grosu, slugă; Ion Stoica, plugar; Ştefan Pârău, vătaf; Constantin Mâţă, lipscan; Enache Dodul, lemnar; Vasâle Suflet, lumânărar; Vasile Calmul, grădinar* etc.

V. ***prenume + nume*** (termenul nume este utilizat aici în sens larg, indiferent de provenienţa şi de structura lui): *Timofte Guriţă, Ştefan Chiosa, Simion Ţolescu, Ion Căldare, Ioniţă Furtună, Ştefan Băileşteanul, Costachi Barbăneagră, Ilie Comeanu, Gavril Jurebie, Petre Roşca* etc. Un mare număr de cuvinte aparţinând lexicului comun a fost progresiv integrat în structura aparatului denominativ românesc, trecerea lor dintr-un sistem într-altul echivalând cu trecerea de la general la particular, de la concret la abstract. Alte nume personale au fost formate prin derivare cu diferite sufixe, de regulă, de la numele tatălui sau bunicului, precum şi de la cel al localităţii de baştină (Lăzărescu, Grozăvescu, Licsăndroiu, Goiceanu, Gogoşanu, Lipoveanu, Moţăţoianu etc.)

Acesta este modelul pe care îl propunea încă din 1680 Şerban Cantacuzino[4]. El se va fi legiferat abia în 18 martie 1895 şi se va impune treptat, dar sigur, în primele decenii ale secolului al XX-lea.

Concluzii. Cu toate că tipologia de alcătuire a numelor de familie (până în momentul în care au fost pe deplin realizate) este general-valabilă de-a lungul timpului, nu se poate pune semnul de echivalenţă între două perioade istorice şi între două comunităţi diferite – sat şi oraş: fiecare dintre ele se poate defini – sub aspect temporal – prin raportare la materialul pe care îl oferă fie epoca anterioară, fie cea posterioară. În aceste intervale modelele antroponimice au evoluat diferenţiat din punctul de vedere al ponderii lor în sistem; ca şi elementele formative, unele dintre acestea s-au dezvoltat, au devenit active, influenţate fiind de aria de răspândire şi de "popularitatea" lor în cadrul limbii comune şi al clasei numelor proprii, cât şi de transformările de ordin social; altele – dimpotrivă, din aceleaşi motive, au rămas periferice.

În ceea ce priveşte evoluţia antroponimiei într-un spaţiu determinat, se poate spune că în mediul urban are loc un proces de simplificare a formulei nominale oficiale. Explicaţia acestui fapt se regăseşte în diferenţele economice şi sociale care există între cele două unităţi administrative (sat/oraş) şi care impune, cu timpul, eliminarea acelor structuri care nu ofereau concizie şi concreteţe în exprimarea identităţii individuale. Aşa s-a întâmplat, spre exemplu, cu formula analitică de denominaţie (nume + sin...+ nume), care începe să fie simţită ca incomodă prin forma ei, mai ales atunci când este vorba despre înscrierea unor nume în acte oficiale, şi este treptat înlocuită.

NOTE

1. Exemplele au fost extrase din: *Monografia judeţului Dolj. Catagrafia din 1831,* în "Oltenia. Documente. Cercetări. Culegeri", Craiova, 1944; T.G. Bulat, *O statistică a Craiovei din 1838,* în "Arhivele Olteniei", serie veche, anul III, 1924, p. 535-538; Ioan V. Câncea, *Oameni şi fapte din trecutul Craiovei*, în "Arhivele Olteniei", serie veche, anul X, 1931, p. 35-46; pr. D. Buzatu, *Contribuţii la onomastica din Oltenia,* în "Mitropolia Olteniei" , nr. 7-8, 1960, p. 472-481.
2. *Sin, brat, zet, vnuc* reprezintă variantele slave ale cuvintelor româneşti *fiu, frate, ginere, nepot*. Impuşi iniţial de sistemul administrativ – existent la un moment dat – şi de sistemul social, termenii respectivi se vor desprinde treptat din formulele denominative din care fac parte, şi vor forma ei singuri prenume sau nume de familie.
3. Spre deosebire de cel rural.
4. Denumirea unui român trebuia să se facă prin "pronome şi nome" (v. Ştefan Paşca, *op. cit.*, p. 62, not 3).

BIBLIOGRAFIE

Goicu, Viorica 1996. *Nume de persoane din Ţara Zarandului,* Timişoara, Editura Amphora.

Ionescu, Chr. 1978. *Sistemul antroponimic românesc în secolele al XIV-lea şi al XV-lea (Ţara Românească),* în "Limba română", nr. 3.

Negruţi, Ecaterina 1981. *Situaţia demografică a Moldovei în sec. al XIX-lea,* în "Revista de istorie", nr. 2.

Paşca, Şt. 1936. *Nume de persoane şi nume de animale în Ţara Oltului,* Bucureşti.

Ştefănescu, Ştefan 1974. *Demografia, dimensiune a istoriei,* Timişoara, Editura Facla.

Vlad, Matei D.1973. *Colonizarea rurală în Ţara Românească şi Moldova (secolele XV-XVIII),* Bucureşti, Editura Academiei.

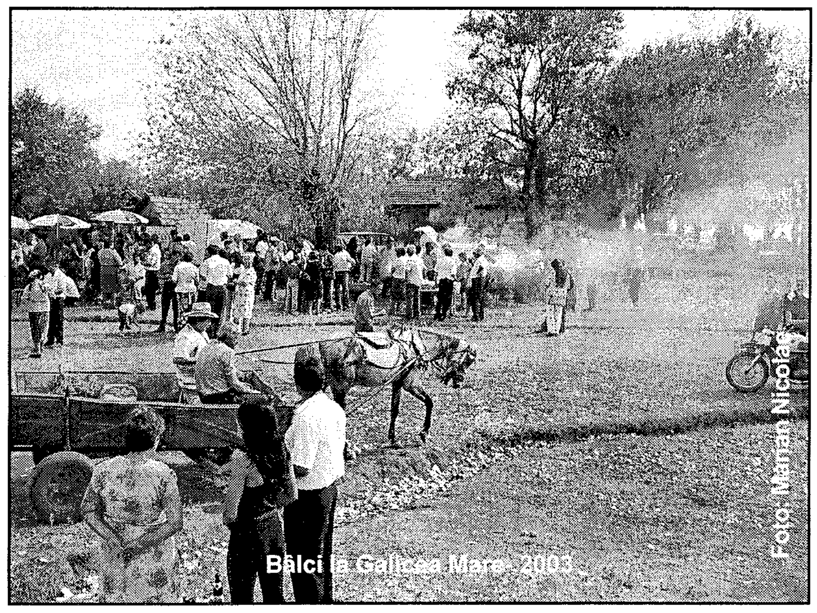
Vlăduţiu, Ion 1973. *Etnografia românească, Istoric. Cultura materială. Obiceiuri,* Bucureşti Editura Ştiinţifică.

Esen

Panorama Târgului Moşilor

Carmen BANŢA

Reţeaua de târguri cu dată fixă şi mobilă a căror existenţă bine reprezentată este întâlnită şi în epoca postmodernă este cunoscută pe tot arealul românesc şi în



cel sud-est european. Aceste târguri se asociază cu serbările populare care şi-au găsit un cadru adecvat de existenţă în urma secularizării mai vechilor hramuri.

Târgul Moşilor se înscrie în *marea categorie a "târgurilor", "iarmaroacelor"* sau *"nedeielor"* ce aveau loc la date calendaristice diferite, în funcţie de tradiţiile locale şi de sărbătorile creştine centrale, în principalele puncte de contact a mai multor zone geografice (Faier 1983:27) a căror importanţă economică s-a păstrat, vechimea lor pierzându-se în timp.

Târgul Moşilor reprezintă una dintre cele mai pitoreşti şi grandioase petreceri care aduna în "câmpia Oborului" întreaga populaţie a Bucureştiului şi "lumea şi poporul din patru, cinci judeţe vecine" (Arghezi 1961:64). El se desfăşura timp de o săptămână, la o dată ce variază în lunile mai sau iunie, în funcţie de data mobilă a încheierii ciclului sărbătorilor pascale (Moraru 1991:54) prin comemorarea moşilor de Rusalii. Aici se comercializau produsele tradiţionale ale unei vaste reţele economice convergente, cuprinsă între Dunăre şi zona montană a Munteniei centrale. Într-o formă simplificată, cunoscut sub denumirea şi de "târg de oale", a continuat să aibă loc până în zilele noastre, fiind studiat de către etnologi de-a lungul a două decenii.

Târgul Moşilor reprezintă unul dintre punctele de reper ce a însoţit constant dezvoltarea oraşului Bucureşti, modificându-şi aspectul şi unele conotaţii odată cu acesta. Semnificaţia şi importanţa acestei mari sărbători populare în istoria oraşului este esenţială, polarizând în jurul său o vastă arie geografică a Munteniei centrale.

O zi importantă şi centrală a acestui târg o reprezenta *"joia moşilor"* sau *"toiul moşilor"*, ce însuma aspecte cu semnificaţii multiple, variabile în timp ca formă de manifestare. Această zi are conotaţii rituale legate de comemorarea morţilor dar şi matrimoniale.(Moraru 1991:83)(1)

În decursul vremii, amplificându-se an de an, *"Joia moşilor"* a devenit zi de vizită a târgului de către domn, care era "capul statului", împreună cu tot alaiul care îl însoţea. De exemplu, în vremea domnului Gheorghe Bibescu, *"Joia Moşilor"* din 27 mai 1843, a devenit "zi naţională" a Ţării Româneşti, târgul a fost amenajat special cu un "pavilion foarte cu gust câmpenesc" pentru domn, iar jocul căluşarilor a fost declarat "joc naţional".

Sâmbăta se prăznuiau "moşii de vară" cu semnificaţii rituale centrate pe "cultul morţilor, moşii şi strămoşii familiilor din aşezarea urbană alăturată târgului, precum şi ziua pomenirii morţilor căzuţi în luptele purtate de domnie, devenite puncte de reper în dezvoltarea oraşului sau în istoria Ţării Româneşti, aspect adăugat probabil într-o epocă mai nouă şi care singularizează manifestările ce aveau loc cu ocazia desfăşurării Târgului Moşilor din Bucureşti". (Moraru 1991:58)

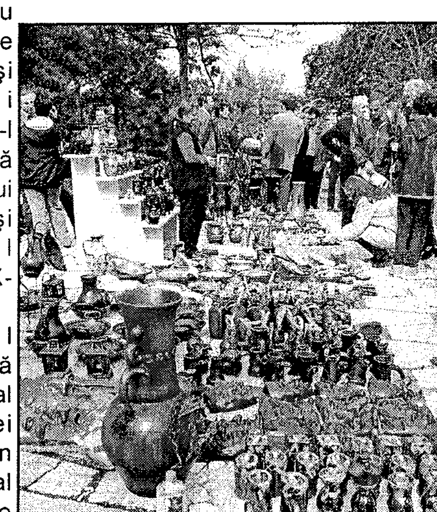
Săptămâna marii sărbători a târgului se încheie cu duminica Rusaliilor, sărbătoare importantă a calendarului, care semnifică întemeierea bisericii creştine şi unitatea neamului în sânul acesteia. Practicile efectuate în acest moment determinau spiritele morţilor, ce au sălăşluit timp de peste 50 de zile printre cei vii, să se înapoieze la locurile lor veşnic.(Ghinoiu 1999:65)

Interesant de urmărit este modul de organizare a târgului care, succesiv, a dus la o îmbinare perfectă a economicului, a schimburilor comerciale cu petrecerea populară desfăşurată în ambianţa specificului etnografic şi folcloric local şi cu momente importante cu caracter ritual.

Pentru a intra în vâltoarea evenimentului, pentru "a-i lua pulsul" şi a înţelege această mişcare perpetuă a unei mase de oameni, timp de o săptămână, cu ritmicitate stabilă desfăşurată pe parcursul a mai multor ani, al cărui scop este multifuncţional, putem analiza, pe text, schiţele lui Ion Luca Caragiale, *La Moşi...* şi *Moşii* (tablă de materii). (Caragiale 1952)

Pentru început, scriitorul, în "momentul" "*La Moşi...*"(scris în anul 1900), ne introduce, cu ajutorul personajelor ("madam' Geogescu a lui d. Mitică ciaprazarul, madam' Petrescu a lui d. Guţă de la minister şi cu tanti Lucsiţa, moaşă diplomată") (Caragiale 1952:168), treptat, în "vacarmul" marelui târg, realizând doar o secvenţă din care putem extrage îmbinarea perfectă a schimburilor comerciale cu petrecerea, distracţia populară ce are loc.

Astfel, drumul către şi dinspre târg pentru acele "valuri peste valuri de omenire", în general, se parcurge cu tramvaiul care are "vagoane galbene şi albastre", cu tramcarul (vehicul tras de cai) dar şi cu "trăsuri boiereşti", "căruţele mitocăneşti" şi bicicletele. O mare masă de oameni însă preferă să meargă pe jos, pentru ca, treptat, să ia contact cu frenezia Moşilor şi să "savureze" din plin spectacolul oferit de artiştii profesionişti sau amatori, de comercianţii şi negustorii timpului pe care-l reprezintă (sfârşitul secolului al XIX-lea şi începutul secolului al XX-lea).



Scriitorul precizează momentul central al zilei "la trei ceasuri fix în pavilionul central la berărie" (unde se vor întâlni personajele) când "târgul e în toiul lui...".

Cu ajutorul eroilor, prin acţiunile pe care le întreprind, putem descoperi diverse zone ale târgului, cu specificul lor, *La oale* (unde madam' Petrescu cumpără un "fluieraş pentru băieţelul lui madam' Ionescu, stăpâna casei") sau *La grădină la Iliad*.

În acelaşi timp, scopul personajelor este acela de a îmbina *distracţia de la grădină* reprezentată prin tragerea planetei (bilet extras, din întâmplare, dintre altele de acelaşi fel cu ajutorul unui papagal dresat care conţine preziceri naive privitoare la viitor) de la o italiancă, cu *mâncare* (turtă dulce "o bucată", gogoşi prăjite în ulei "din sahanul" (cazanul) care clocoteşte, "două bărdace de floricele calde", cârnaţi, mititei, fleici (bucată de carne de pe pântecele bovinelor, care se consumă friptă pe grătar) şi *băutură* (limonada, "2 baterii de sifon mare", "macmahon" (băutură răcoritoare), 2 litri de bragă (băutură răcoritoare cu gust acrişor şi miros specific, preparată din bucăţele de pâine fermentate cu apă), "foarte răcoritoare şi igienică", vândută de "bragagiu") şi dorinţa de *a cumpăra* câte ceva ("fluieraş")

Atmosfera este întreţinută şi auditiv de "lăutari cu ţambalul şi flaşnete, şi clarinete cu toba mare, şi trâmbicioare, şi fluieraşe, şi hârâitori" şi de "strigăte, şi sbierete, şi chicote" unde totul "e o plăcere!".

Dacă în "momentul" *La Moşi...* autorul descrie, cu ajutorul personajelor, o secvenţă bine delimitată în timp şi spaţiu a târgului, în celebra, de acum, "tablă de materii", *Moşi* (scrisă în anul 1901), prin acumularea enumerativă bine ştiută, realizează o atmosferă, un "zumzet", un tip de efecte fonice cu totul speciale, trecând de la particular la general.

într-o "tablă de materii"

Autorul face din această schiță un adevărat "poem" în care doar simpla asociere a unor cuvinte şi sintagme ne aduce în fața ochilor o mulțime de oameni, haotică, mişcându-se într-un spațiu complex şi complicat, care-i conferă târgului, prin spectacolul oferit, o pecete singulară, specifică.

Această "tablă de materii" poate fi interpretată sub mai multe aspecte. Întâlnim astfel, anumite categorii sociale care participă la marea sărbătoare: burghezi, târgoveți, târgovețe, țărani, țărance, dar şi unele categorii rău famate cum ar fi: cerşetori, zamparagii, pungaşi de buzunare, beţivi, schilozi etc. În categoriile profesionale putem include intelectuali, cum ar fi: artiştii, poeții, prozatorii, criticii dar şi miniştrii, guvernamentalii, popii, mateloții (marinarii), jandarmii, măcelarii etc.

La această mare sărbătoare participă întreaga familie, nepoate, mătuşi, veri, unchi, "copii pierduți şi mame prăpădite".

Foarte importantă pentru definirea categoriei sociale, dar şi pentru identitatea etnică este alimentația care este reprezentată prin mâncare şi băutură românească sau de import.

Produsele variate de patiserie, reprezentate prin *dulciuri* ca: turtă dulce, şerbet, "cicalată", acadele, "plăcintă românească şi cozonaci meşteşugăreşti", bomboane, rahat, gogoşi, cofeturi pentru colivă sunt bine vândute precum şi *produsele alimentare* ca: urdă, caşcaval, brânză, salam de Sibiu, slănină, peşte (țări) etc.

Fructele autohtone şi cele exotice se adaugă coloritului târgului. Întâlnim plante leguminoase (roşcove) sau fructe: mere, poame, nuci, dar, şi portocale, smochine, lămâi, alune prăjite şi fisticuri.

În textul lui Caragiale sunt amintite şi *băuturi* de tot felul precum: limonada, braga, berea care se servea la chioşcuri precum "Bragadir", "Luther", "Opler", cafeaua turcească cu caimac care costa doar 5 bani, numită şi cafea gingirlie (*cicili* "drăguț, nostim"). Menționarea celor trei cunoscute întreprinderi producătoare de bere care îşi desfăceau produsele la Moşi, alături de prezența constantă a berăriilor în textele schițelor lui Caragiale, surprinde un moment de mare însemnătate pentru procesul economic dinamic de la sfârşitul secolului al XIX-lea şi începutul secolului al XX-lea când întreprinderile angajate în industria alimentară se dezvoltau asemenea celor occidentale, de exemplu, din Germania sau Austria.

Atunci când afacerile (tranzacțiile) între "parteneri" erau încheiate, pentru a cinsti acest eveniment, se oferea băutură şi gustare care purta denumirea de *aldămaş*.

Locul distracțiilor era situat în centrul bâlciului, iar marginile erau ocupate de mărfuri de tot felul în cantități foarte mari.

Divertismentul îl regăsim în: "Vasilache", "Leul de mare", "capul vorbitorului", "copilul cu trei picioare", artificii, "distracție americană", maimuțe etc.

Imaginea Moşilor din Bucureştiul secolului al XIX-lea nu este prea depărtată de cea a târgurilor contemporane care adună pe lângă mai nou împământenitele festivaluri locale, amestecul de produse provenind din import şi cele realizate prin producție locală, dovedind un interes deloc neglijabil pentru o economie de schimb în dezvoltare.

Este uşor de identificat pecetea semi-orientală, caracteristică târgului balcanic, al cărei model este bazarul fastuos, luxuriant al Istanbulului.

Obiectele pentru cult sunt des întâlnite pe tarabe, astfel găsim: lumânări, icoane, prescuri, mătănii, cruci, clopote, "aducând" în târg aerul mistic şi complex, valențele lor au acea semnificație inițială a Sărbătorii Moşilor de Rusalii care era cea mai importantă comemorarea morților.

Gama de produse variază, ceea ce scoate în evidență o piață de desfacere puternică, unde cumpărătorul găseşte prețuri accesibile oricărui buzunar. El poate opta pentru ce este mai bun dar şi ieftin.

La Târgul Moşilor întâlnim *obiecte casnice* ca expresia directă a meşteşugarilor tradiționali: ulcioare de lut, donițe, ciubere, lighene, saltele, paturi, mese.

Întâlnim şi *obiecte de îmbrăcăminte*, încălțăminte cum ar fi căciuli, cojoace, ciorapi sau ghete, cizme, papuci. *Podoabele şi cosmeticale* sunt şi ele prezente: inele, cercei, oglinzi, parfumurile, săpunuri etc.

Întreaga "tablă de materii", care a fost intermediată de "momentul" *La moşi...*, este, de fapt, o panoramă a acestui semnificativ moment pentru identitatea culturală şi istoria Bucureştiului, fiind una dintre scrierile în care este evidențiată măiestria de necontestat a lui Caragiale. Autorul alege esențialul şi înlătură inutilul, iar perfecta corespondență între fond şi formă duce la o nuanțare a formei, exprimată printr-un expresiv fond.

În anul 1889 terenul bâlciului a trecut în stăpânirea primăriei capitalei şi a fost reamenajat, perimetrul său intrând treptat în oraş. Târgul Moşilor în anul 1924 a fost transformat în expoziție anuală (Bacalbaşa 1987:48), organizarea lui se depărtează tot mai mult de modelul tradițional.

După al doilea război mondial a funcționat sub forma "târgului de oale" pe platforma de la Obor, păstrându-şi sensul ritual al aprovizionării cu strachini, oale, căni, cești, alte obiecte din ceramică şi lemn, îndeosebi linguri, pentru sărbătorirea zilei de sâmbătă a "moşilor de vară", când se pomeneau moşii în fiecare familie. (Moraru, 1991:59)

Bâlci la Galicea Mare- 2003

Foto: Marian Nicolae

NOTE

1.Informația etnografică, susține Georgeta Moraru în *op. cit.*p. 58 , atestă faptul că, în veacurile trecute, în lumea populară tradițională joia era ziua în care aveau loc nunțile, obicei întâlnit sporadic în unele sate vechi româneşti şi din alte zone ale țării. Până acum câteva decenii (informație adunată pentru Atlasul Etnografic Român) pe întreg teritoriul țării, nunțile începeau joia şi se desfăşurau pe parcursul a mai multor zile, după un scenariu bine structurat, duminica fiind doar un moment din desfăşurarea nunții.

BIBLIOGRAFIE

Arghezi, Tudor 1961.*Cu bastonul prin Bucureşti,* Bucureşti, Editura pentru literatură.

Bacalbaşa, Constantin1987. *Bucureştii de altădată*, Vol. I (1871-1877). Ediție îngrijită de Aristița şi Tiberiu Avramescu, Bucureşti, Editura Eminescu.

Caragiale, I. L. 1952. *Opere*, II, Bucureşti, Editura de Stat pentru Literatură şi Artă.

Ghinoiu, Ion 1999. *Vârstele timpului*, Bucureşti, Editura Meridiane.

Faier, Ion 1983. *Trecător prin târguri şi iarmaroace*, Bucureşti, Editura Sport-Turism.

Moraru, Georgeta1991. *Târgul Moşilor – o străveche sărbătoare populară* în volumul "*Tradiții şi obiceiuri - primăvară*", p.54-60. Institutul de Etnografie şi Folclor, Bucureşti., Academia Română.

Ritualul colindatului şi teoriile do-ut-des

Cornel BĂLOSU

În complexul şi multidisciplinarul său studiu asupra cetelor de feciori din Transilvania şi colindatului, Traian Herseni susținea şi dezvolta ideea unei dependențe permanente a păstorului sau agricultorului de divinitate, bazată pe un principiu juridic de tipul ***do-ut -des***. Rolul zeului agricol este să atragă belşugul, să sporească rodul câmpului, să asigure prosperitatea ogrăzii, sănătatea şi fericirea familiei gospodarului. Textul folcloric, ni se spune, argumentează aserțiunea. Realitatea socială a contractului do ut des poate fi demonstrată şi pe baza actelor ***oblative,*** chiar darurile în grâu şi vin "sunt apreciate în colinde în primul rând pentru foloasele lor lumeşti şi numai în al doilea rând pentru cele bisericeşti" (Herseni 1977: 283). Precizăm în treacăt faptul că excepția invocată atrage de fapt atenția asupra ***coalescenței*** simbolice a celor trei elemente, reuniune ce nu poate fi pur formală sau întâmplătoare. În concluzie, Traian Herseni conchide cum că "esența colindatului ar fi una păgână, dar într-un cadru creştin".

Divinitatea însăşi care descinde pe pământ, deşi colorată creştin este..."un zeu al tinereții masculine(brad, cerb, bour, june.)". "Zeul străvechi" îşi schimbă părul ca lupul, dar năravul, ba. În devenirea sa, el rămâne generator, "fiu al aceleiaşi generatoare care l-a generat şi pe el", adică principiul primordial al muncii, "fără de care nimic nu se poate naşte, creşte şi înmulți". Divinitatea feminină, sub care se ascunde chipul Maicii Domnului, ar fi proprie matriarhatului, iar cea masculină-îndreptată creştinește de Iisus Cristos, ar corespunde patriarhatului (Herseni 1977: 242).Textul folcloric devine astfel un depozitar al unor realități ancestrale, un document ce poate duce la dezvăluiri de netăgăduit.

După cum se observă, toată construcția probatoare a autorului se sprijină pe relația omului cu zeul(oricare ar fi el, păgân sau creştin), prin urmare pe un raport religios. Dar în țesătura demersului hersenian, religiile nu sunt decât elemente de suprastructură determinate univoc de substratul economico-social, simple reflectări ale societății şi naturii. Fiind oglindă socială, religia exprimă însăşi structura şi organizația societății în desfăşurarea ei pentru cucerirea naturii. Altminteri, religia este un accident," o ştiință greşit construită după legile imaginației nu ale naturii(sic),ale conformității acesteia cu realitatea". Este totodată "o economie eronată în raport cu mediul şi cu structurile economice" (Herseni 1977: 289).

Triada conceptuală economie-natură-cultură(inclusiv religia), intercondiționările şi determinările dintre cele trei fundamente constitutive, reprezintă cheia funcționalității raționamentelor herseniene.

În principiu, gândindu-ne la definiție şi la cuprinderile pe care sociologul român le atribuie religiei, am putea afirma că întregul eşafodaj teoretic de relevare a rosturilor unui fenomen socio-cultural, cum este colindatul, este în esență marxist . Având în vedere însă enunțarea preeminenței principiului do-ut-des-ului cu rol mediator, trebuia să remarcăm şi influența lui Max Weber, sociolog pe care Traian Herseni îl citează, alături de alți străluciți deschizători de drumuri în sociologia şi etnologia occidentală.

Savantul german susținuse într-o lucrare apărută în 1921 ***"Sociologia religiilor"*** că țărănimea este o pătură socială cu propensiune către magie care încearcă frecvent să rezolve pax deorum-ul printr-un contract do-ut-des (Weber 1998: 89-95). Şi totuşi, admite sociologul din Erfurt, au existat câteva excepții de-a lungul istoriei lumii: gândirea profetică a lui Zarathustra, care propovăduia noblețea muncii ogorului plăcută divinității, religiozitatea israelită de dinaintea profeților şi multe altele pe care Max Weber le trece cu vederea, rămânând la convingerea că țăranii, oriunde ar fi, se ghidează prea mult după o credință a răsplatei.

Religiozitatea paganus-ilor, deşi se întemeiază pe o etică formală, este inferioară celei citadine. Cetatea şi oraşul sunt spații fidele bisericii şi dogmei în comparație cu extramuros-ul. Opoziția weberiană, spațiu închis, civilizat-spațiu deschis, în afară, necivilizat-reproduce o alta, poate mai grăitoare, cea dintre cultură-natură sau pe cea dintre raționalitate-neraționalitate. În acest context, agricultura şi formele ei sunt în afara raționalității în sensul că sunt permanent la îndemâna vicisitudinilor şi a întâmplării(Weber 1998: 95-142) .

Până aici, ar exista oarece convergențe între argumentațiile lui Traian Herseni şi sociologul german. Diferențele majore încep să apară atunci când se trece la denominarea şi analizarea determinărilor ce apar în raportul religie-economie.***(continuare în pagina 23)***

Tradiții

Ştefan Tuțescu, *un folclorist din Dolj*

Minodora MELCIOIU

La începutul veacului trecut, o seamă de cărturari s-au aplecat cu dragoste şi pasiune sinceră asupra creației populare. Astfel de oameni au existat şi în Oltenia, atraşi fiind de bogăția şi diversitatea producțiilor populare orale ce existau la acea vreme. Între ei a fost şi Ştefan St. Tuțescu din Catane.

S-a născut pe 3 aprilie 1880, tatăl său fiind învățătorul Stan Tuțescu. Şcoala primară a făcut-o în satul natal şi în 1899 a absolvit Şcoala normală de învățători din Craiova. Şi-a început activitatea didactică în satul Balota-Dolj, apoi se întoarce ca învățător în satul natal, Catane.

A insistat pe lângă autoritățile vremii să obțină fonduri pentru construirea unui nou local şi a depus toate eforturile ca ştiința de carte să pătrundă în lumea rurală şi a contribuit la îmbunătățirea vieții sociale şi culturale a sătenilor, continuând munca tatălui său, în casa căruia a funcționat pentru o vreme şcoala din sat.

Pentru promovarea folclorului din zona Olteniei, a întemeiat, împreună cu colegul P. Danilescu din Panaghia, colecția "Biblioteca folcloristică"(1908) în care s-au editat mai multe culegeri de folclor. Tot cu Danilescu a înființat "Biblioteca literară". Împreună cu Rădulescu Codin şi C. Popescu - Câmpulung a scos culegeri de teatru sătesc şi una de snoave şi poveşti.

A fost colaborator la o serie de reviste precum: *Convorbiri literare, Foaia populară, Izvoraşul, Şezătoarea, Viața literară, Vorbe bune.*

Culege şi publică folclor din toate genurile şi speciile, dar în mod deosebit basme cu animale, legende şi snoave:

Din trecut, volum editat în 1909, 105 pagini;

Dăfii, snoave şi poveşti, volum editat la Craiova, 1904, 74 pagini;

Taina ăluia, proză snoave şi poveşti hazlii, 1905, 116 pagini;

O parte din sfinții poporului, volum editat la Craiova, 1908, 62 pagini;

Din văi şi vâlcele, glume, snoave, legende şi poveşti, 1911,102 pagini;

Din Boureni până-n Catane, în colaborare cu N. I. Dumitraşcu, 1923, 48 pagini;

Textele culese şi publicate se disting prin simplitatea schemei epice şi prin autenticitatea stilului oral vivace, tipic povestitorului de la sud de Carpați. Textele nu au adaosuri, modificări şi ajustări cărturăreşti ulterioare. Folcloristul menționează numele informatorilor şi citează şi variantele acolo unde le întâlneşte. "Folclorul - literatura poporană de tot felul, se culege aşa cum se spune, fără nici-o schimbare, chiar greşit fie zis", preciza deseori învățătorul-folclorist.

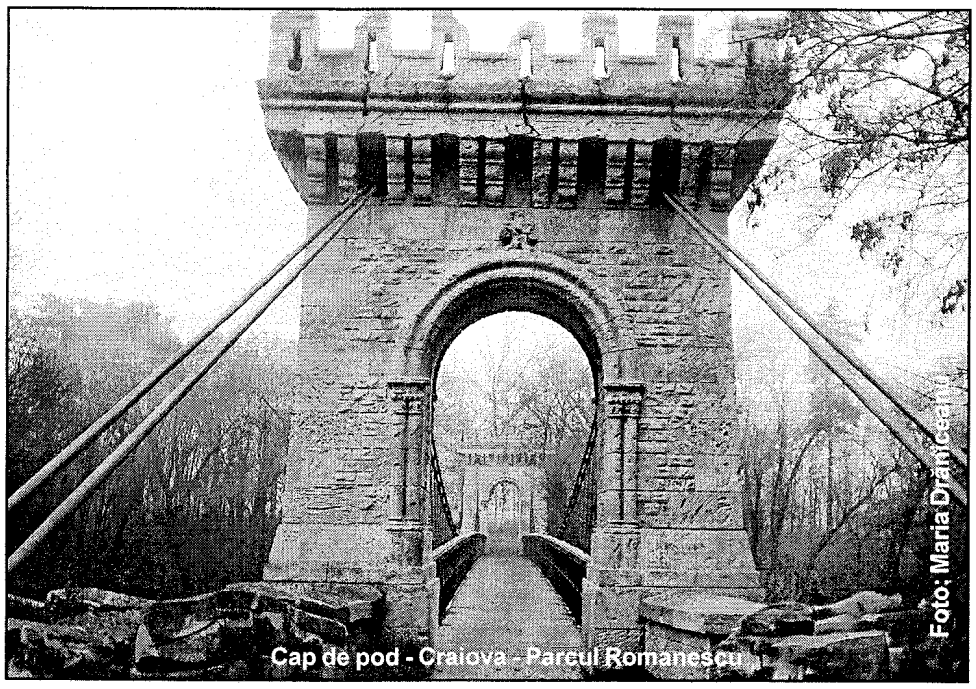
S-a interesat şi de culegerea folclorului țigănesc, fiind un precursor al lui C. S. Nicolăescu-Plopşor, culegând multe texte de la Ion Trăilă, corturar din Balota.

În 1912 editează prima revistă oltenească de folclor, *"Ghiluşul",* pe care o conduce şi o finanțează timp de doi ani. Descinsă din *"Şezătoarea"* lui Artur Gorovei de la Fălticeni, "mama" revistelor de folclor de la acea vreme, revista era deschisă tuturor culegătorilor de folclor, indiferent de zona geografică. Astfel, la revistă au colaborat chiar specialişti de notorietate de peste hotare, între care Angelo de Gubernatis, autor al lucrării *La Roumanie et les Roumains.*

După apariția a 24 de numere, revista şi-a încetat activitatea, greutățile financiare din preajma războiului nepermițând lui Ştefan Tuțescu să o mai finanțeze. Deşi a avut o viață scurtă, *"Ghiluşul"* a avut o importanță deosebită , fiind recunoscut ca deschizător de drumuri pentru alte reviste oltene ca: *"Izvoraşul"* lui Gh. N . Dumitrescu - Bistrița, *"Suflet oltenesc"* condus de C. S. Nicolăescu-Plopşor, *"Buciumul",* condus de I. I. Buligan.

Teme dezbătute în paginile sale, precum alterarea repertoriului arhaic prin infiltrații urbane, au fost preluate şi cercetate ulterior de mari folclorişti, între care şi C. Brăiloiu.

Mai multe din lucrările sale au rămas în manuscris şi au fost publicate postum de



Cap de pod - Craiova - Parcul Romanescu

colaboratorii Theodor Bălăşel şi N. I. Dumitraşcu:

Din văgăuni; Din vremi apuse; Descântece româneşti; Folclor țigănesc; De când se potcoveau purecii; Datini, credințe şi superstiții şi Cuvinte populare.

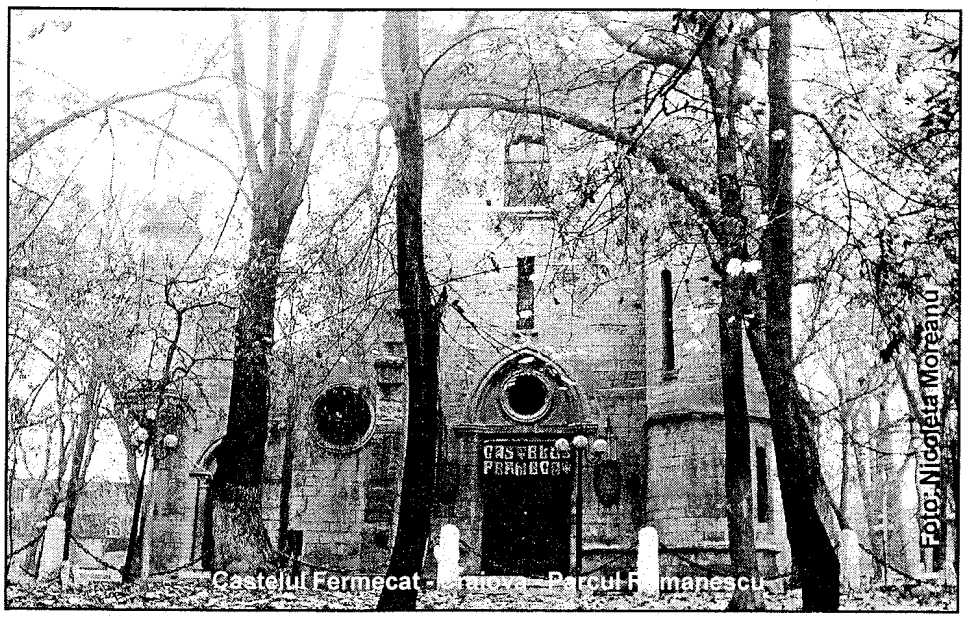
Publicată la început în 1904 şi conținând 24 de pagini, republicată în 1908, în colaborare cu P. Danilescu, sub titlul *"Monografia istorică, economică, culturală, socială a satului* Catanele din *districtul Dolj"*, lucrarea reprezintă o mărturie în timp privind nivelul de dezvoltare economică, culturală, socială şi religioasă a unui sat românesc. Monografia satului Catane, localitate rurală, aşezată în zona de câmpie a Doljului, aproape de Dunăre, este realizată ca urmare a unei bune cunoaşteri a istoricului aşezării cât şi a tradițiilor, obiceiurilor şi credințelor populare existente până la acea vreme. Nu este întâmplător faptul că acum 100 de ani apăreau astfel de lucrări. Ele erau rodul muncii unor oameni din domeniul istoricilor, geografilor, folcloriştilor, preocupați de trecutul şi prezentul ținuturilor româneşti.

Lucrarea cuprinde mai multe capitole ce descriu istoricul, coordonatele geografice, populația. În capitolul ce cuprinde "partea economică", autorul vorbeşte despre înființarea Băncii Populare "Sf. Paraschiva" şi importanța ei în sprijinirea "familiilor muncitoare": "Banca a ajutat mulți săteni săraci, înlesnindu-le astfel ocazia să scape de cămătari. Numărul membrilor asociați la 14 noembrie 1907 a fost 66 dintre care: Plugari 54, Comersanți 5, Meseriaşi 1, Funcționari 3, Proprietari 1, Învățători 1, Preoți 1."

Şi elevii au fost "îndemnați să strângă bani la cassa de economie la şcoală încă din anul 1899. Numărul elevilor depunători au fost 35."

În capitolul "Diferite ocupațiuni" aflăm că în sat erau 4 grădinari români, 3 cismari, 5 fierari, 2 lemnari, 3 cojocari şi 4 hăinari, care reprezentau "clasa industriaşilor săteni".

Cu multă grijă este abordat capitolul



Castelul Fermecat - Craiova - Parcul Romanescu

"Şcoala satului", care după scripte este atestată în 1859 deşi ea este mai veche. Primul local a fost un bordei în pământ, lângă biserică, apoi a funcționat la Primărie iar în 1884 s-a mutat în casa învățătorului Stan Tuțescu, tatăl folcloristului, care în 1872 a înființat şcoala de adulți pe care o urmau călăraşii şi dorobanții, joia şi duminica, şi la care mulți țărani au învățat să scrie şi să citească. În 1890 s-a construit un local propriu, cu o sală de clasă şi 14 bănci. La vremea scrierii acestei monografii, autorul Ştefan Tuțescu, "absolvent cu diplomă al şcoalei de învățători din Craiova", conducea şcoala ca diriginte şi spera să primească fonduri de la stat pentru începerea unei noi construcții.

Pe lângă şcoală funcționau o bibliotecă, înființată în 1905 de Şt. Tuțescu, Societatea Culturală "Ion Creangă", Cercul cultural "Urzicuța" şi un teatru şcolar sătesc, ce avea scopul de a instrui şi a distra. Se prezentau spectacole "cu intrare" iar din banii strânşi s-a cumpărat cortină, scenă şi mobilier didactic. Trebuie menționată şi *Asociația şcolară pentru protecția animalelor* despre care autorul monografiei ne spune că dădea sfaturi pentru îngrijirea animalelor dar şi admonestări pentru diferite abateri:" S-a sfătuit şi admonestat membrii: Buțu D. Stan, pentru că a chinuit o cioară, Purcărin C. Ştefan, pentru că a speriat un cal, care căzând s-a rănit; iar Stanciu Dumitru şi Costache Simion, fiindcă a chinuit un măgar în mod brutal." Iată că lumea satului românesc era mai civilizată acum 100 de ani când nu aveam câini comunitari şi nici comunism iar Uniunea Europeană nu ne ținea lecții despre eutanasierea porcului...

Capitolul "Credințe şi obiceiuri" se ocupă de riturile de trecere, între care mai amplu sunt descrise nunta şi moartea cu practicile lor populare păstrate întocmai până în zilele noastre.

Capitolul de "Încheere" vorbeşte despre importanța monografiilor rurale şi rolul intelectualilor în viața satului românesc. Nu sunt trecute cu vederea nici "relele de care sufăr unele sate": "Prima din cauzele răului e *ignoranța țăranului* .(....) O a doua cauză a stricăciunii lui este jugul neomenos impus de Primar şi de Notar. Mulți din ei fără grije răpesc în orice timp avutul sătenilor săraci, sfarmă inițiativele învățătorilor, lipsesc biserica de ajutoare şi sădesc invidia acolo unde a mai rămas un colț de pace. (.....) Un element păgubitor sunt şi mulți cârciumari care au toată ştiința şi voința când vor să facă vin din stafide şi să amestece în rachiuri otrăvurile cele mai violente dela leşia de cenuşe până la vitriolul şi anilinele colorate. La ei se face alegerea de Primar, aci îşi duce săteanul legăturica de grâu sau de mălaiu, ca să capete rachiu sau tutun, otrăvuri care l-au slăbit atât de mult fiziceşte. Nu mai adăogăm că mulți cârciumari sunt şi cămătarii satului care îndată ce se satură de strâns lasă cârciuma pe numele altuia şi îşi pune candidatura de Primar sau Notar, fiind sigur de reuşită."

Dacă la capitolul politică pare să nu se fi schimbat prea multe în realitatea românească din ultima sută de ani, căci suntem în continuare conduşi de *cârciumari şi cămătari,* educația şi cultura au pierdut mult teren în lumea satului, lume guvernată de anumite tradiții care s-au erodat cu timpul. Mass-media, şcoala şi influența oraşului cu formele lui de subcultutră şi incultură şi-au spus cuvântul. Catanele, care acum un veac avea pe lângă şcoală câteva societăți culturale, un teatru sătesc, o tipografie şi o asociație ce se ocupa de educația civică a sătenilor, azi nu are nici măcar un cămin cultural şi nimeni din Catane nu-şi mai aminteşte de inimosul învățător-folclorist Ştefan Tuțescu (1880-1926), care într-o viață scurtă a făcut destul de mult pentru comuna lui natală şi pentru folcloristica Olteniei. Poate numai profesorul Petre Țuncu, cel care îi păstrează cărțile pe care le-am răsfoit şi noi.

Bibliografie:

Gorovei, Artur 1940. Învățători folclorişti, Bucureşti, Cartea Românească, Colecția "Cuvinte Folositoare".

Bârlea, Ovidiu 1967. Metode de cercetare a folclorului, Bucureşti, Editura Pentru Literatură, p. 24.

Pleş, Ileana 1972. Prima revistă olteană de folclor, "Ghiluşul", în Philologica, Craiova, an II, p. 179-183.

Firescu, Rodica 1974. Un animator uitat, în Studii de folclor II, Craiova, p. 85-92.

Tradiții

Meșteri populari din Dolj Neda Ștefan și Marian Ghiță – doi meșteri populari din Diosti

Nicolae DUMITRU

Situată la 42 km est de Craiova şi cam la 14 km de Caracal, comuna Dioşti a făcut parte din județul Romanați până în 1967, când noua împărțire administrativ-teritorială a repartizat-o județului Dolj.

Satul Dioşti, vechi sat de moşneni, a fost atestat documentar la 12 septembrie 1570 şi, de-a lungul istoriei sale, a trăit şi bune şi rele. Pe aici au trecut şi turcii de atâtea ori, dar şi Mihai Viteazu; şi acum dăinuie stejarul la care, spune legenda, îşi lega Mihai Viteazu calul. Aici au fost şi răzvrătiți renumiți, între care haiducul Mereanu a fost cel mai de seamă, el fiind şi cel mai apropiat colaborator al lui Iancu Jianu. Este vie şi acum amintirea acestui haiduc, atât la oamenii din sat cât şi în împrejurimi.

Dar cel mai greu a fost încercat satul Dioşti la 1 aprilie 1938, când un incendiu devastator avea să facă scrum 28 case cu toate acareturile, plus anexele de la 115 gospodării. Pagubele estimate au fost de 11 000 000 lei, adică costul a 600 pogoane de pământ.

Însuşi regele Carol al II-lea a venit să vadă dezastrul, şi a dispus reconstrucția din temelii, după un proiect unic, a gospodăriilor distruse.

Lucrările de transformare a urmelor fumegânde ale Dioştilor anului 1938 într-un "sat model" au fost coordonate de Dimitrie Gusti, directorul general al Fundației Culturale Regale "Principele Carol"şi conduse efectiv de prof. Gheorghe Focşa care a locuit neîntrerupt în sat, timp de doi ani (1938 şi 1939), identificându-se cu proiectul care ar putea fi numit opera vieții sale.

La numărul 3, în această veche aşezare este situată gospodăria meşterului popular NEDA STEFAN. Născut la 27 septembrie 1921, din părinții Maria şi Ion, lucrători ai pământului, nenea Neda Stefan, deşi a făcut ceva şcoală, s-a întors să locuiască în sat şi "de voie", dar mai ales "de nevoie". În perioada şcolii sale părinții s-au îmbolnăvit şi, cum surorile se măritaseră, iar fratele cel mare urma cursurile Liceului Militar, cineva trebuia să aibă grijă de părinții bolnavi. Nu avea cine "să se sacrifice" şi atunci el a abandonat şcoala la oraş – era prin anii 1942-1943 – şi s-a întors în sat lângă părinți. Apucase şi absolvise 7 clase primare în comună, 4 clase de gimnaziu şi o clasă de liceu industrial. Căpătase oarece cunoştințe. De aceea, dorindu-şi să scape de "robia agriculturii", să poată câştiga un ban mai uşor decât de la plug şi-a propus să facă ceva: a învățat mai multe meserii, "din pasiune".

În anul 1944 s-a căsătorit, în sat, şi a avut doi copii, amândoi născuți în ani cu stabilizare: primul, în 1947, la prima stabilizare; al doilea, în 1952, la a doua stabilizare.

Cel mare este, acum, inginer chimist la Bucureşti, iar când se întâlnesc se iau la harță, pe meserii, încât i-a zis odată: "- Mă, taică, tu eşti inginer acolo, la tine..., eu sunt inginer aici, la mine; eu nu pot să fac ce faci tu, iar tu nu poți să faci ce fac eu!"

Cel mic a încercat să-i învețe meşteşugul, însă este legat de slujba sa.

Nenea Neda Ştefan este meşter tâmplar, dar şi rotar şi chiar constructor de căruțe pentru dioştenii săi şi pentru satele învecinate.

A învățat să lucreze şi cu acul şi a țesut şi în război. Când era în clasele primare "lucra cu acul" la rând cu fetele; uneori lua note mai mari, la lucru, decât fetele din clasă. A țesut mai apoi şi la război; existau în sat războaie semimecanice. Un cumnat de-al fratelui său deschisese un atelier de țesătorie în comună. A țesut şi pânză; ştie cum este cu urzeala, cu spata; câte fire intră pe centimetru, câte fire trebuie să urzeşti; veneau femeile din sat să-l întrebe cum se urzeşte. Spetele erau metalice, cu căsuțe: o spată are 4 căsuțe /cm; are şi acum ,în pod, spete de 11 căsuțe /cm, adică 11 fire /cm; acestea sunt pentru pânză, fiind mai dese.

De profesie a fost lăcătuş-mecanic. Asta a învățat la liceu. Tâmplăria "a prins-o" într-o săptămână şi a practicat-o " o viață de om ".

A văzut un meseriaş tâmplar care lucrase la casa părintească. S-a dus la el luni, şi de marți până sâmbătă au lucrat împreună. Asta a fost toată practica lui în "ale tâmplăriei ".

De atunci a lucrat, la comandă şi nu numai, obiecte de tâmplărie: uşi, giurgiuvele, pardoseli, dormeze, scaune, mese, "dăoage", dar, mai nou, şi tâmplărie metalică.

A făcut şi sobe de teracotă, şi zidărie, şi...

Materialele pentru lucru le procura de pe piața liberă. Dacă ai bani le faci pe toate!

Cunoscuse nişte negustori de cherestea din Moldova şi din Bistrița-Năsăud; aceştia îi aduceau acasă lemnul de care avea nevoie. Îi aduceau materiale de milioane de lei şi nici nu le dădea banii "pe loc", că se nimerea să nu aibă bani, dar oamenii aveau încredere "cu toate că nu-l întrebaseră nici cum îl cheamă". Îi lăsau lemnul: " –Domne, n-am să vă achit acuma, da' peste o săptămână, două, eu vă achit banii...". Veneau la timpul respectiv, băteau la poartă, le da banii şi făcea alte comenzi. Aşa s-a descurcat mereu...

Are un atelier propriu în care lucrează: toate părțile mecanice, dar şi cele din lemn sunt lucrate de mâna lui; chiar şi uneltele de mână sunt tot opera sa.

În atelier există: un abric, un circular, o freză, două maşini de găurit – una electrică, alta manuală – şi un banzig.

Şi-a confecționat un aparat de împărțit dinții la pânze, atât la banzig cât şi la ferestraiele de mână pe care le-a făcut prin 1940, pe vremea când era la şcoală. Nu asta a fost lucrarea de diplomă; pentru diplomă a făcut un cuptor de maşină, pentru care a fost nevoit să parcurgă, special, drumul Amărăşti – Caracal pentru a-şi procura tabla de care avea nevoie.

În ce priveşte meseria practicată - acum este bătrân, nu mai poate - a pornit de la "zero". A lucrat numai manual, până când au apărut maşinile acestea.

"Într-o zi am văzut într-un magazin o foarfecă; am calculat dimensiunile la scara 1/1000, 1/2000 cât am considerat eu că ar fi cotele şi am proiectat-o, aşa cum o vedeți; i-am adus şi îmbunătățiri astfel încât pot tăia cu această foarfecă şi fier mai gros, cam de 10mm, cercurile pentru butoaie etc...", se destăinuie nenea Neda Ştefan.

Era, în tot ce făcea, un om calculat.

Îşi aminteşte cum a început ca agricultor: avea secerători, legători aduse din Canada, cu care, după ce termina de secerat la el, mergea şi la oamenii din sat, pentru bani. Toți membrii familiei aveau "program de lucru", pe responsabilități: nevasta, care avea şi serviciu la Poştă, se ocupa şi cu albinăritul; părinții cu alte treburi, el cu seceratul...

Din 1959 a fost brigadier constructor şi a avut mulți ucenici pe care i-a învățat meşteşugul.

Acum nu regretă nimic. Poate că ar lua-o de la început dacă s-ar mai putea.

Cum în viața satului, gospodăria se confundă cu însăşi existența omenească sub

toate aspectele acesteia, fie ele materiale sau morale, nenea Neda Ştefan este mâhnit că unii oameni din sat nu dovedesc calitatea de bun gospodar şi nu demonstrează că le pasă de bunurile lor.

Îşi aminteşte cum, în urma incendiului devastator de la 1 aprilie 1938, regele Carol al II-lea a dispus, printr-un decret regal, construirea de locuințe-tip pentru toți cei care rămăseseră fără adăpost: " li s-a dat oamenilor – la cheie – totul: case, grădini cu pomi, garduri, lumină electrică... Tot, tot! Însă cei care le-au primit nu le-au îngrijit, n-au mai bătut un cui; le-au înstrăinat. Nu mai există decât o singură gospodărie din tot vechiul şantier. În rest totul s-a transformat, s-a irosit..."

În ziua de 14 august 1999 Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA a organizat în cadrul Muzeului în aer liber din Dumbrava Sibiului primirea de noi membri în Academia Artelor Tradiționale.

Unul dintre noii membri a fost şi Neda Ştefan din Dioştii Doljului.

Tot în Dioşti sunt şi alți meşteri populari.

MARIAN GHIȚĂ, frânghierul, este unul dintre aceştia. I se zice Marian a lu' Ristică. După bunic. Tătăl a murit când era Marian copil; nu-l ştie. L-a crescut bunicul: "taica Ristică", cum îi spunea el şi de-atunci oamenii din sat îl ştiu de "Marian a lu' Ristică".

Bunicul împletea căpestre, guri de ham, hățuri pentru cai, frânghii. Era la poarta lui coadă de căruțe venite şi din Celaru, Gizdăveşti, Apele Vii: " ai lu'Cernea din Apele Vii, ai lu' Obogeanu... Mulți veneau la taica Ristică!"

El lucra cu fetele – că avea trei fete – şi cu bunica.

Marian lucrează acum cu copiii săi: Petrică are 7 ani spre 8, iar fetița are 6 ani. O cheamă Aristica Ştefania. Numele se potriveşte cu cel al bunicului Ristică, dar este numele dat de naşa lor pe care o cheamă Aristica.

Marian Ghiță nu "meştereşte" neapărat pentru bani, ci mai mult din prietenie. A modernizat "unealta" cu care bunicul său împletea frânghiile. A modificat-o şi a îmbunătățit-o, astfel că poate împleti pe patru rânduri; împleteşte şi pe trei, şi pe două rânduri.

Împleteşte din cânepă, dar acum nu prea mai cultivă lumea cânepa. Vin oamenii cu gheme cumpărate din comerț, cânepă, mătase sintetică, sau orice fel de ață, chiar şi papiote, dar atunci împletitul necesită urzeală pe mai multe fire.

Ca şi bunicul său, Marian împleteşte căpestre, guri de ham, hățuri pentru doi cai, piedici pentru căruțe, frânghii.

Este mândru că meşteşugul deprins de la taica Ristică nu s-a pierdut şi nici n-o să se piardă, atâta timp cât şi copiii săi l-au moştenit şi, sigur, îl vor duce mai departe

Dragostea acestor meşteri populari din Dioşti, ca de fapt a tuturor meşterilor populari, pentru tot ce înseamnă tradiție şi creație populară, ar trebui să constituie un exemplu pentru generațiile următoare.

Bibliografie:

Bălăianu, M. 1998. "Dioştii, pagini de istorie", Bucureşti, Editura A.P.P.

Arhiva CJCPCT Dolj – interviuri la Dioşti realizate de Minodora Melcioiu şi Gheorghe Obrocea în 1998.

Perspective

Nebun după tine - Reflecții despre semnificațiile muzicii

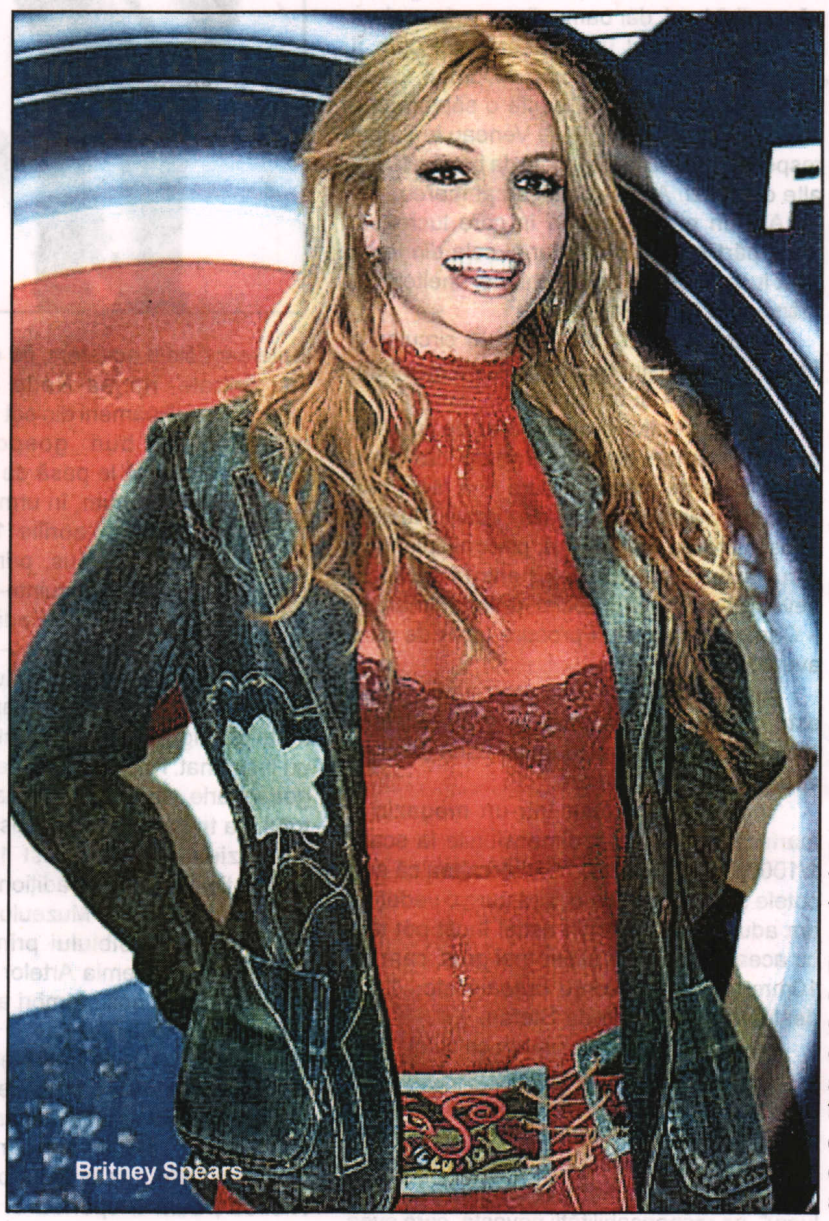
Phillip VANINNI
Scott M. MEYERS
Universitatea de Stat Washington

Rezumat

***Teen pop*-ul este o formă de succes a muzicii comerciale scrisă pentru şi consumată mai ales de adolescenţi şi preadolescenţi. Muzica şi versurile reprezintă un sistem de semnificaţii pe care consumatorii îl pot folosi pentru a-şi defini conceptul de sine precum şi identitatea proprie şi socială. Tinerii ascultători de *teen pop* au mai ales tendinţa să interpreteze versurile acestui gen muzical şi să le folosească semnificaţiile pentru a se defini pe sine şi pentru a defini rolurile jucate de ceilalţi în viaţa lor. În această lucrare analizăm conţinutul versurilor a paisprezece albume contemporane de muzică *teen pop* şi susţinem ideea că acesta vorbeşte despre modificarea ideilor culturale de iubire, timp liber şi consum. Susţinem ideea că discursul muzicii *teen pop* nu este nici o oglindă a *zeitgeist*-ului existent, nici o creaţie originală, ci mai degrabă o realitate construită pe baza influenţei reciproce dintre obiceiurile şi valorile de bază, practicile de consum, şi interpretarea subiectivă a semnificaţiilor sale de către public. Din anii 1950, de la naşterea rock-and-roll-ului, şi până astăzi, grupuri de părinţi şi de politicieni au acuzat în repetate rânduri muzica uşoară de încurajarea atitudinilor şi comportamentelor deviante în rândul publicului tânăr prin slăvirea violenţei, a consumului de droguri, a sexului şi a revoltei. Cu toate acestea, cercetările au acordat surprinzător de puţină atenţie impactului cultural al muzicii asupra contextului social şi interpersonal în care aceasta este scrisă şi consumată (Hargreaves şi North 1977). Puţinele studii empirice existente se concentrează numai asupra câtorva forme de muzică uşoară, în principal rap, punk şi heavy metal, şi le neglijează pe celelalte. În timp ce eticheta 'rock' a fost adesea folosită drept umbrelă pentru aproape orice alt gen exceptând muzica clasică, *teen pop*-ul este un stil care a fost în general ignorat de cercetători. Influenţa *teen pop*-ului asupra culturii adolescente şi preadolescente nu mai poate fi trecută cu vederea, dat fiind rolul său dominant în vânzările de muzică, frecvenţa difuzărilor TV şi radio, apariţia numeroaselor soliste şi a formaţiilor de băieţi, şi includerea vedetelor *teen pop* în campanii de publicitate ale corporaţiilor Fortune 500 (de ex. Burger King, McDonald's, Pepsi Co, Inc.)[1] .În această lucrare analizăm caracteristicile textelor *teen pop* şi semnificaţia lor la nivel personal şi socio-cultural. Identificăm, mai ales, temele predominante ce apar în textele albumelor *teen pop* şi ne concentrăm asupra ideilor principale ilustrate în aceste albume şi în interpretarea lor: dragoste şi consum. Oferim apoi o serie de observaţii despre ideologia *teen pop* şi importanţa ei pentru identitatea consumatorilor. Cititorul trebuie să nu uite faptul că, datorită lipsei de studii anterioare despre *teen pop*-ul contemporan, acest articol este conceput ca o primă încercare de analiză a conţinutului liric şi al posibilului impact cultural al acestui gen muzical.**

Muzica pop şi societatea

Adorno, Riesman şi studiile culturale britaniceTheodore Adorno a fost unul dintre primii sociologi preocupaţi de impactul muzicii uşoare asupra societăţii. Observaţiile sale despre rolul jucat de muzică asupra convingerilor politice şi culturale erau foarte pesimiste. Plecat din Germania nazistă în exil în Statele Unite, Adorno (1976) a observat că prezenţa crescândă pe piaţă a înregistrărilor muzicale şi difuzarea lor împinge publicul spre consumul de masă şi adoptarea fără discernământ a culturii de consum. În concepţia sa, deşi diferită ca natură, funcţia muzicii era o reminiscenţă a propagandei Germaniei naziste ca sistem de dominaţie culturală şi manipulare a minţilor consumatorilor. După părerea sa, caracterul standardizat şi repetitiv al muzicii îi făcea pe ascultători să regreseze spre consumul 'copilăresc', pe care l-a numit 'ascultarea citatelor' (Adorno 1991:44-45). În starea de ascultare a citatelor publicul atinge un nivel al consumului lipsit de şi mai puţin discernământ, caracterizat de starea de transă a gândirii simpliste concentrate pe acceptarea şi dezvoltarea unei obsesii pentru cele mai atrăgătoare şi des repetate versuri şi pasaje melodice. Unele din caracteristicile muzicii uşoare observate de Adorno sunt tipice pentru muzica uşoară de azi, mai ales pentru *teen pop* şi accentul pe care acest gen îl pune pe refrene repetate şi cuvinte care atrag atenţia. Modelul lui Adorno de folosire pasivă a muzicii a stârnit un mare interes şi a atras numeroase critici, inclusiv pe cele ale lui David Riesman (1990). În 1950 Riesman împărţea ascultătorii în două mari categorii: o majoritate sensibilă la idolii populari, şi minoritate compusă din mici grupuri de fani activi care aveau o atitudine foarte critică la adresa muzicii uşoare comerciale şi îşi cultivaseră un gust precis şi o percepţie sofisticată a genurilor muzicale alternative. Aceste genuri muzicale alternative şi rolul lor în structurarea identităţii publicului au fost atent examinate în Marea Britanie mai ales de Centrul pentru Studii Culturale Contemporane (CCCS). După cum o demonstrează studiile CCCS despre identitate culturală şi subculturi muzicale (de ex. Hall şi Jefferson 1976; Hall şi alţii 1980), muzica reprezintă o activitate simbolică pe care culturile tinere o desfăşoară şi o folosesc pentru a-şi găsi locul în strucura socială existentă. Muzica punk, de exemplu (Hebdige 1979) a reprezentat mult timp un strigăt de autenticitate, de revoltă împotriva anonimatului, şi de respingere a concepţiilor normative dominante (mai ales în ceea ce priveşte cultura de consum). La început CCCS a căutat să anihileze prejudecata behavioristă persistentă existentă la începuturi în analiza comunicării în masă din perspectiva teoriei critice fără a lipsi studiile culturale de atitudinea lor critică. Stuart Hall (1980) sublinia că în nici o formă de comunicare conţinutul nu este 'nearticulată' (p.131), ci mai degrabă o componentă a unei structuri complexe exprimată în momente diferite. Urmând concepţia lui Marx despre producerea şi consumul de bunuri, Hall a sugerat că procesul de comunicare este un circuit continuu definit în cinci faze: producerea, circulaţia, distribuţia, consumul şi reproducerea. Avantajul clar al acestui model este că nu presupune că publicul este format din indivizi inculţi ce stau gură-cască în aşteptarea informaţiilor. CCCS face mai degrabă o distincţie clară între procesul de producţie şi cel de consum, afirmând că a citi (sau a vedea) este un act semiotic complex. Înţelesurile sunt comunicate sub formă de mesaje simbolice de un anumit tip prin coduri specifice care operează în domeniul general al discursului. La nivelul producţiei aceste înţelesuri sunt 'codificate' în vehicule simbolice şi trimise în afara aparatului de producere. O dată distribuite, aceste discursuri trebuie să fie decodate de public. Procesul de decodare este unul de traducere a discursului în practici sociale. Înţelesul este dedus când mesajul este 'consumat' dar datorită posibilităţii de a avea nesfârşite interpretări este absurd să presupunem că se va face 'o citire preferată'. Deşi este adevărat că unii interpreţi *teen pop* au căpătat o faimă mondială, ar fi o prostie să tragem concluzia că peste tot în lume publicul i-a primit cu o impresie favorabilă (şi mai ales aceeaşi). Dacă aşa ar sta lucrurile, nu ar mai exista critică culturală şi nici alternative la aceşti interpreţi. Într-adevăr munca la care se înhamă criticii culturii nu diferă prea mult de practicile zilnice de interpretare hermeneutică ale publicului obişnuit. Stuart Hall (1980) lansa ipoteza că există trei poziţii de pe care se realizează decodificarea comunicării, codul dominant hegemonic, codul negociat, şi, în sfârşit, codul de opoziţie. Fără a reintroduce distincţia analitică deja depăşită dintre denotaţie şi conotaţie din gândirea de început a lui Barthes, Hall sugerează că la nivelul codului de opoziţie spectatorii / ascultătorii / cititorii 'fragmentează mesajul în codul preferat pentru a-l recompune în cadrul unui cadru de referinţă alternativ' (1980:138). Acest lucru nu este făcut pentru a nega prezenţa discursului hegemonic, ci mai degrabă pentru a explica influenţa publicului. Cu toate acestea, Hall şi Studiile Culturale Britanice au făcut un efort considerabil pentru a studia proprietăţile hegemonice ale discursului. Urmându-l pe Gramsci, Hall (1980:137) defineşte punctul de vedere hegemonic ca având două componente: a) una ce defineşte cu termenii săi orizontul mental, universul, de înţelesuri posibile ale unui întreg sector de relaţii într-o societate sau cultură; şi b) alta ce poartă amprenta legitimităţii - pare învecinat cu ceea ce e "natural", "inevitabil", "luat de-a gata", referitor la ordinea socială. Dacă pare a avea sens să examinăm, aşa cum a făcut CCCS, unele forme ale consumului de muzică (precum punk-ul) ca "rezistenţă prin ritualuri", recunoscând influenţa asupra alegerilor publicului are mai puţin sens să considerăm fanii *teen pop*-ului contemporan ca fiind o forţă de opoziţie puternică. De exemplu, în *Sociologia rockului* Simon Frith (1979) a identificat un grup de fani care erau extrem de sensibili la idolii muzicii comerciale. Acest grup era compus mai ales din fete tinere care cumpărau la fel de multe single-uri şi albume pop ca şi reviste, articole de îmbrăcăminte şi alte produse de pe piaţă care aveau legătură cu idolii lor. Frith a observat că aceste culturi ale fanilor adolescenţi şi ritualurile lor gravitau în jurul dormitoarelor fetelor şi ale activităţilor desfăşurate aici. Frith (1978) credea că libertatea de mişcare limitată pe care fetele o aveau în afara casei mărea şansele ca ele să-şi petreacă timpul în casă bârfind, vorbind, încercând variante de haine şi machiaj, ascultând şi, poate, dansând pe melodii foarte accesibile difuzate de radio şi TV. Un simbol foarte important al acestei culturi era idolul pop - identificarea cu o anumită stea muzicală însemna (şi se pare că mai înseamnă încă) asocierea cu anumite grupuri de prieteni. Pe lângă faptul că, prin


Britney Spears

Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj

teen pop contemporane

frumusețe, atrăgeau privirea acestor fete, stelele muzicii pop le ajutau să-şi controleze tensiunea sexuală şi emoția implicate de vârsta lor şi de relațiile inter-sexe: 'muzica şi idolii săi le oferă fetelor un subiect de interes pentru speranțele şi fanteziile lor aşa cum stelele pop şi cele de cinema au făcut-o pentru mamele şi bunicile lor' (Frith 1987:67). În concluzie, fără a oferi o argumentare structural-funcționalistă, Frith (1978) crede că semnificațiile *teen pop*-ului erau mult mai puțin anticulturale decât cele ale altor genuri la modă în acea perioadă precum reggae şi punk.

Economia politică a pop-ului

Dacă există în mod evident o continuitate a stragiilor de producere, distribuție şi consum din trecut, *teen pop*-ul contemporan a dobândit anumite caracteristici datorită recentelor tendințe de globalizare în schimbul de mărfuri şi de idei (Burnett 1996). În trecut muzica uşoară era transmisă maselor în principal prin radio şi printr-o circulație destul de limitată a înregistrărilor fonografice. La sfârşitul anilor 1950, creşterea puterii de cumpărare şi inovațiile aduse sistemelor de înregistrare şi redare a determinat câteva mari corporații să-şi extindă interesele economice în industria muzicală (Burnett 1996). Aceste tendințe de extindere din anii 1950 şi 1960 s-au definitivat la începutul anilor 1980 când câteva corporații internaționale au ajuns să controleze muzica de la producție la distribuție. În acest moment industria muzicală mondială este controlată în mare măsură de şase corporații multinaționale: Time Warner, Sony, Phillips, Bertelsmann, EMI şi Matsuhita. În 1994 aceste a controlau 90% din vânzările totale de produse din sfera muzicală din America şi aproximativ 70-80% din cele globale.

Astăzi auzim sau ascultăm muzică pop peste tot, în maşină şi în avion, din centrele comerciale până la locul de muncă, în camera de zi şi în cabinetul doctorului de familie, din Mexic până în Tailanda. Interpreți cunoscuți, ca Britney Spears, N'Sync şi Backstreet Boys, de exemplu, au ajuns să ocupe un loc important în viețile şi casele multor adolescenți şi copii de vârstă mai mică şi în familii din toată lumea ca urmare a strategiilor distribuitorului lor german, BMG (Bertelsmann Music Group). Cu toate astea, prezența lor nu se reduce numai la concerte sau videoclipuri, deoarece imaginea le este comercializată pe linii de îmbrăcăminte, cosmetice, rechizite şcolare, cărți, filme, produse alimentare, băuturi, şi altele. Consumatorii adolescenți de *teen pop* cresc într-o eră diferită de cea a lui Adorno, Riesman sau Frith, diferită chiar de cea a oricărei alte generații de adolescenți. În timp ce dezvoltarea puterii de cumpărare a adolescenților, a tehnologiei şi a mass media a făcut ca în timp muzica să fie mai accesibilă, astăzi cheia dezvoltării este diversificarea producției şi difuzarea specializată. Creşterea numărului de posturi de radio, clipuri muzicale video, concerte, spectacole dedicate, spectacole transmise pe internet şi multiplicarea metodelor de înregistrare, incluzând recenta explozie de descărcări gratis de fişiere MP3 a dus la creşterea influenței de masă a muzicii uşoare. Producția corporată centralizată asigură continuitatea consumului prin distribuție pe scară largă, volum mare de producție şi învechirea structurii produsului (Gitlin 1981) în timp ce strategiile de construire atentă a imaginii şi *sound*-ului idolilor pop confirmă că publicul este tratat ca "țintă" şi ca "segment de piață". Să luăm, de exemplu, cazul lui Britney Spears. Imaginea şi *sound*-ul i-au fost inițial controlate de Disney, când adoloescenta Britney era gazda emisiunii Mickey Mouse Club. Ca urmare, imaginea sa de şcolăriță a fost transformată într-una mai atrăgătoare pentru a fi pe placul adolescenților de 12-16 ani iar clipurile sale au avut o poziție constantă în difuzările Zoog ABC şi în rețeaua Disney. Acum, pe măsura dezvoltării ei biologice, i s-a recreat o imagine senzuală şi provocatoare, şlefuită pe măsura cerințelor MTV. În paralel, pe piață apar o abundență de noi Britney ce sunt destinate dferitelor ținte: Jessica Simpson pentru adolescenții creştini, Mandy Moore pentru preadolescenți, Jennifer Lopez pentru latino-americani şi fani mai în vârstă. Controlul producătorilor se extinde de la scrierea cântecelor până la confecționarea imaginii şi dezvoltarea personalității (Frith 1978). Creat pentru a fi pe placul diferitelor tipuri de personalități şi concepții de viață ale fanilor, fiecare grup de băieți are un membru care este simpatic şi drăguț, unul amuzant, unul frumos şi misterios, unul creativ şi naiv, unul talentat şi ambițios, unul tenebros şi dur, şi aşa mai departe. Grupurile sunt create având în minte cerințele consumatorilor[2]: de exemplu, cu sunetul lor de tip hip hop şi aluzii sexuale, LFO se adresează prin MTV unui public urban de adolescenți de vârstă mai mare, în timp ce, prin canalele Fox Family şi ABC Family, S Club 7 şi Aaron Carter se adresează preadolescenților. Acesta este un exemplu de diversificare a produsului ce le permite producătorilor să se bucure de cel mai mare interes şi să obțină cel mai mare profit.

În pofida caracterului de marfă al exprimării muzicale, numeroasele stiluri diferite de muzică încă mai reprezintă pilonul ideologic al diferitelor culturi şi subculturi juvenile. Tinerii ascultători devin membrii unui anume grup social prin muzică şi îşi creează o identitate personală şi socială în concordanță cu semnificația acestei muzici şi a apartenenței la grup prin muzica pe care o consumă. (Frith 1987). Admitem că *teen pop*-ul de azi are poate multe în comun cu stilurile anilor trecuți, dar credem totuşi că o analiză a acestui gen de muzică în forma şi caracteristicile sale din prezent prezintă un mare interes cultural şi intelectual. Mai ales celebrarea dragostei este o componentă importantă a culturii pop sau rock, fie ea veche sau nouă. Lăsând la o parte evidentele diferențe stilistice, dorința fierbinte de dragoste cântată de the Blues sau de un tânăr Elvis Presley nu este aşa departe de baladele triste ale lui Justin Timberlake de la N'Sync. Cu toate astea, aşa cum se întâmplă cu toate ideile şi valorile culturale, şi ideea de dragoste s-a schimbat de-a lungul timpului (Beal şi Sternberg 1995). Deşi numeroase analize pun accentul pe începuturile rock and roll-ului sau al muzicii pop, nu i s-a acordat nici o atenție *teen pop*-ului contemporan.

Construirea identităților prin consum selectiv: de ce se vorbeşte atât despre muzică?

Muzica ocupă un rol din ce în ce mai important în identitatea publicului său tânăr. În 1995 adolescenții reperezentau categoria cea mai numeroasă de cumpărători de muzică şi produse circumscrise muzicii într-o industrie ale cărei vânzări depăşeau douăsprezece miliarde de dolari, fiind în continuă creştere (Wright 1997). Deşi consumul de muzică poate fi considerat o activitate personală, muzica este deosebit de importantă pentru adolescenți pentru că reprezintă o bogată sursă de semnificații pentru definirea identității personale şi sociale (pentru o prezentare generală vezi Frith 1996a). Potrivit spuselor lui Grossberg (1986) consumul de muzică are trei aspecte importante: (a) muzica funcționează ca sub-discurs într-un context cultural mai larg fiindu-i odată produs şi producător; (b) ascultătorii extrag din genul lor muzical preferat un sistem de semnificații care îi ajută în structurarea şi definirea propriei percepții a realității; (c) genul muzical preferat defineşte fiecare persoană în cadrul culturii juvenile.

În căutarea de surse de informație, înțelegere afectivă şi indicații pentru exprimarea personalității lor sociale şi personale emergente, tinerii găsesc adesea în muzică semnificații importante (Zillman şi Gan 1987). În momentul în care adolescenții încep să se raporteze la genuri muzicale în organizarea modului de percepție a sinelui şi a realității, ei încep să se considere membri ai unor comunități culturale. Aceste asocieri le conferă avantajul emoțional de apartenență, posibilitatea de a-şi exprima întovărăşirea cu semenii şi diferențierea față de culturi cu gusturi diferite. Urmând tiparul consumului vizibil (Veblen 1899), adolescenții îşi folosesc apoi stilul de muzică preferat pentru a se exprima prin "îmbrăcăminte, tunsoare şi manierisme ce definesc apartenența la grup" (Zillman şi Gan 1997: 73).

Ipoteza lui Grossberg (1986) potrivit căreia aderarea la un gen muzical anumit şlefuieşte identitatea ascultătorului a avut o largă confirmare empirică (Firth 1996a,b; Hargreaves 1999; Zillman şi Gan 1997). Studierea formării identității ca urmare a contactului cu muzica a beneficiat de informații oferite de dezvoltarea principiilor psihologice sociale ale cunoaşterii sociale (Fiske şi Taylor 1991). Teoria cunoaşterii sociale pune accent pe "modul în care oamenii îi înțeleg pe ceilalți oameni şi se înțeleg pe sine" (Fiske şi Taylor 1991:14) într-un anumit context social. Observațiile lui Frith (1996a,b) sunt deosebit de ilustrative pentru mecanismele procesului interactiv de formare a identității şi de intrare în contact cu muzica. Potrivit acestui model, experiența estetică de ascultare a muzicii preferate are ca rezultat construirea unei identități mobile şi fluide. Această identitate este şlefuită şi modificată continuu pe măsură ce un individ interpretează şi conferă înțeles conținutului muzical şi liric, şi ca urmare se defineşte găsindu-şi un anumit loc într-un context social dat.

În lumina acestor observații, care este relevanța *teen pop*-ului contemporan? După cum am subliniat deja, *teen pop*-ul este în principal axat pe ideile de dragoste şi timp liber. Dacă într-adevăr adolescenții folosesc *teen pop*-ul pentru a-şi crea o identitate socială, atunci trebuie să luăm în considerare următoarele idei. În primul rând, importanța crescândă a dragostei şi a timpului liber în viața tinerilor pare să fie reflectarea unei mişcări spre individualism expresiv şi etica timpului liber, o mişcare al cărei început este plasat, după unele păreri, la sfârşitul anilor 1950 şi care continuă şi astăzi (Bellah şi alții 1985). Dragostea şi distracția sunt esențiale în dezvoltarea identității unui tânăr. În al doilea rând, nu poate fi subestimată importanța consumului vizibil. După cum au arătat autori ca Illouz (1997), ideea contemporană de dragoste a fost influențată de consumul hedonistic de timp liber şi sexualitate ce a avut ca rezultat confundarea granițelor dintre dragoste şi bunurile de larg consum. Propria imagine asupra identității sociale în cultura juvenilă trebuie deci neapărat să fie atentă la propriul potențial de a-i atrage şi chiar de a-i poseda pe ceilalți pentru a-şi dezvolta propriul statut. În al treilea rând, dat fiind faptul că în *teen pop* dragostea este interpretată ca "lipsă", observatorii interesați trebuie să reflecteze asupra consecințelor unei astfel de poziții ideologice asupra dezvoltarii identității publicului. Într-adevăr, dacă înțelegem dragostea ca nevoie, sau chiar ca o lipsă, putem să înțelegem cum sunt folosite tiparele culturii de consum pentru a construi semnificația sinelui şi ideea de parteneri în viața indivizilor.

Studiul nostru Ce este de fapt *teen pop*-ul? Mergând pe urmele lui Denisoff (1975), definim *teen pop*-ul ca fiind un gen muzical popular mai ales în rândul publicului adolescent. *Teen pop*-ul este produs şi se adresează mai ales adolescenților şi preadolescenților, grupuri sociale a căror putere de cumpărare a crescut de-a lungul anilor constant şi simțitor.

(continuare în pagina 18)

Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj

Perspective

Nebun după tine - Reflecții despre semnificațiile muzicii teen pop contemporane

Trebuie să înțelegem acest gen muzical ca o subcategorie a muzicii pop, aceasta din urmă incluzând stiluri diverse, adesea diferite (rock şi hard rock, hip hop, R&B, rap, dance, country etc.) cu destul de mult succes comercial pentru a fi incluse în Billboard Top 200, prin urmare devenind populare.

Pentru a avea o paletă largă de interpreți contemporani de *teen pop*, i-am inclus în această analiză pe toți artiştii care au apărut în Rețeaua Canalului Disney (notată cu RCD) în cea de-a treia săptmână a lunii decembrie 2000. Am ales RCD deoarece este una din cele doar două canale de televiziune prin cablu ale căror programe sunt dedicate excusiv adolescenților şi preadolescenților. Spre deosebire de Cartoon Network din Statele Unite, care transmite mai ales desene animate, RCD a lansat o serie de programe muzicale adresate mai ales unui public de 8-17 ani. RCD include un *web site*, un canal principal de televiziune prin cablu şi satelit şi un post de radio prin cablu şi internet cu ajutorul cărora fanii pot privi clipuri video şi concerte, pot asculta cântece, şi pot avea acces la informații despre următorii 14 interpreți şi formații: Britney Spears, N'Sync, Backstreet Boys, Christina Aguilera, S Club 7, 98 Degrees, LFO, Jessica Simpson, BBMark, Abba Teens, Aaron Carter, M2M, Hoku, şi Yungstown.

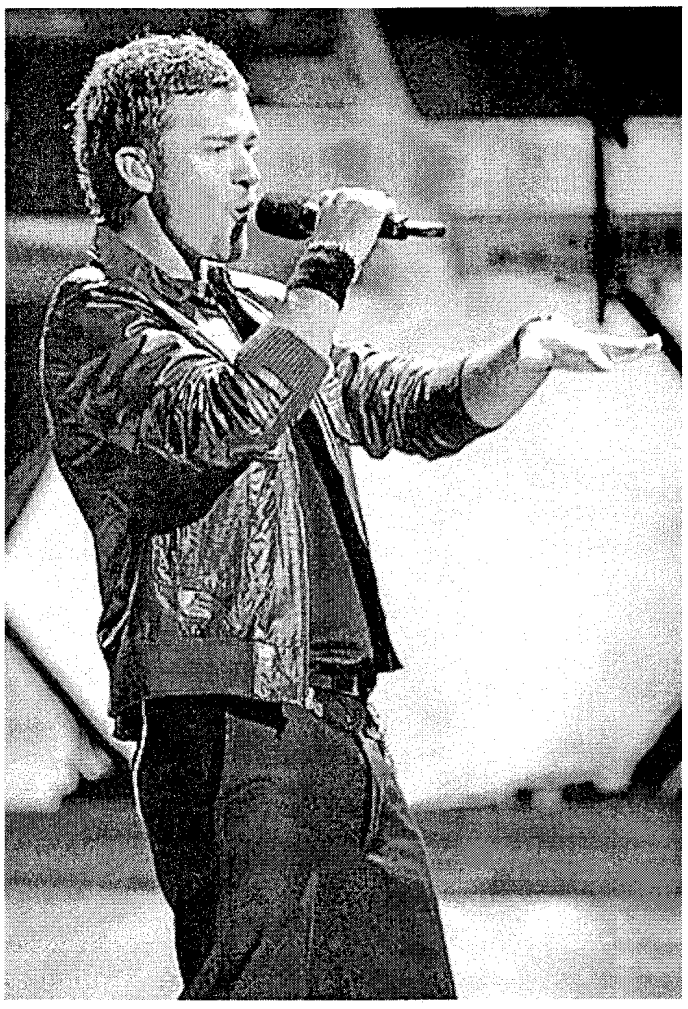
Bineînțeles că tinerii fani au la îndemână şi alte mijloace de a-şi întâlni idolii pe lângă RCD. Totuşi, ca o confirmare a validității folosirii RCD pentru a obține un eşantion oarecum reprezentativ, trebuie ținut cont de faptul că aceşti 14 artişti au dominat în anul 2000 şi categoria 'albume vândute' a Billboard Top 200. Într-adevăr, albumele N'Sync, Backstreet Boys, Britney Spears şi Christina Aguilera s-au clasat pe locurile 1, 2, 4 şi respectiv 8 în clasamentul pe 2000. După cum am menționat deja, există şi alți interpreți ce se adresează publicului adolescent, în timp ce mulți alții continuă să apară pe piață. Cu toate acestea, pentru a avea un eşantion complex am ales să ne limităm la analiza celor 14 artişti din RCD. În cazul fiecăruia, am ales ultimul album lansat, analiza noastră incluzând astfel 14 albume cu un total de 169 de cântece. După alegerea eşantionului, am analizat versurile fiecărui cântec, deoarece o cercetare tradițională a semnificației muzicii se axează pe versuri (Frith 1996a). Deşi considerăm că muzica uşoară este o formă largă de discurs ce include diferite forme de comunicare şi modalități de difuzare (de ex. clipuri video, reclame etc.), am ales să ne referim la texte pentru a ne simplifica analiza şi pentru a-i oferi cititorului reflecțiile noastre asupra ideologiei acestui gen muzical.

În eşantionul ales, 155 de cântece din cele 169 conțin prezentări ale unor poveşti de dragoste. Alte teme prezente în restul de 14 cântece includ dansul, petrecerile şi prietenia. Trebuie menționat faptul că toate albumele *teen pop* au multe trăsături comune. Adesea aceiaşi compozitori lucrează pentru mai mulți artişti, ca în cazul suedezului Max Martin care a compus pentru N'Sync, Backstreet Boys, Britney Spears şi, mai recent, Christina Aguilera. Chiar când autorii sunt diferiți, toate cântecele analizate aici au asemănări în ceea ce priveşte stilul, imaginile şi temele folosite. Cu toate acestea, toate albumele analizate par să prezinte un meniu-tip clar şi distinct ce include unul sau două cântece despre o despărțire, unul sau două despre o primă întâlnire, unul despre gelozie şi trădare, altul despre o relație, un altul despre o pasiune nebunească, şi aşa mai departe. În cazul fiecărui album, este imposibil să considerăm cântecele ca formând un tot unitar şi coerent; mai curând, albumul trebuie luat ca o colecție de cântece considerate produse ce se adresează diferiților fani, vorbind despre greutățile vieții fără să încerce să-i alieneze pe vreunii dintre ei. Dragostea pierdută într-un cântec nu este cea găsită în altul, sau cea pierdută din nou în următorul. Totuşi, aşa cum vom menționa în continuare, spiritul rămâne acelaşi, cel al durerosului şi obsesivului fior al dragostei.

Prezentăm un număr de scurte fragmente de text însoțite de comentarii pentru a-i da cititorului o imagine a dragostei prezentate în muzica *teen pop*. Nu am intenționat să facem o analiză cantitativă formală a conținutului grupurilor şi subgrupurilor tematice ale versurilor. Ceea ce am oferit sunt câteva exemple descriptive care credem că îi vor ajuta pe cititori să-şi formeze o ideea mai clară despre *teen pop*.

Dragostea în versurile muzicii *teen pop*
Dragostea ca dorință fierbinte

În *teen pop*, se tânjeşte după dragoste. A dori dragostea unei persoane iubite reprezintă o experiență intensă, copleşitoare şi dureroasă, atât la nivel fiziologic, cât şi psihologic, generată de prezența imaginară a iluziei obiectului dragostei. Tu eşti tot ce vreau (mă faci să înnebunesc), tu eşti tot ce vreau (ai face mai bine să întreci măsura), O să te iubesc cum



trebuie (tu eşti tot ce vreau), te vreau, am nevoie de tine (Christina Aguilera 1999).

All I want is you (you make me go crazy), all I want is you (you better cross the line), I'm gonna love you right (all I want is you), I want you, I need you

Vreau să fiu singurul lucru de care ai nevoie, să fiu oxigenul pe care îl respiri (...), şi n-aş mai dori altceva decât să fiu cu tine, doar să fiu cu tine (Hoku 2000).

I wanna be the only thing you need, the oxygen you breathe (...), and there's nothing more that I would ever ask for than to be with you, just to be with you

Aceste dorințe fierbinți sunt adesea generate de singurătate, plictiseală, depresie sau situații stresante.

Privind îndrăgostiții la plimbare, mână în mână trec pe lângă mine, aş vrea să fiu unul din ei, aş vrea să am pe cineva care să se trezească lângă mine, care să mă privească în ochi noaptea, vreau o dragoste pe care s-o numesc a mea, vreau pe cineva pe care să-l țin în brațe, vreau ca cineva să mă vrea (Christina Aguilera 1999).

Watching lovers walkin', hand in hand they pass me by, wish I was one of them, wish I had somebody waking up beside me, looking into my eyes at night, I want a love to call my own, I want somebody wanting me. Aceste dorințe de a fi iubit sau de a iubi par să fie atât de copleşitoare încât modifică perceperea realității. Îndrăgostiții descrişi în aceste cântece trăiesc adesea iluzia de a şti şi de a simți ce doresc partenerii şi de a pretinde că le-au îndeplinit dorințele.

Băiete, te-am urmărit, şi tu m-ai urmărit, ştiu că mă vrei, iubitule, o să te fac să înțelegi, o să-ți dau ce-ți trebuie (Jessica Simpson 1999)

Boy, I've been watchin' you, and you've been watching me, I know you want me baby, I'm gonna make you see, I'll give you whatcha need.

Euforic din dragoste

Asemenea unui drog puternic, dragostea din muzica *teen pop* oferă o doză de plăcere. Această senzație de euforie generată de dragoste poate apărea la imaginarea sau chiar întâlnirea unui obiect al dragostei. Multe din cântecele analizate conțin exemple de situații în care subiectul este cucerit pe loc.

Azi am zărit un băiat, şi m-am întrebat dacă m-a văzut, m-a cucerit (...), a zâmbit, şi am crezut că inima mea poate să-şi ia zborul (Britney Spears 2000).

Today I saw a boy, and I wondered if he noticed me, he took my breath away (...), he smiled, and I thought my heart could fly.

De când te-am zărit, am ştiut chiar de la început, aveai un loc special în inima mea (Aaron Carter 2000).

The first time that I saw you, I knew it from the very start, you had a deep place in my heart.

Am găsit multe poveşti de dragoste la prima vedere prezentată ca o forță puternică şi adesea irezistibilă, încântătoare şi captivantă. Întâlnirile întâmplătoare survin adesea după o perioadă în care personajele tânjesc după dragoste în fantezii şi visare. Când fantezia devine realitate, dragostea la prima vedere pare să determine pierderea controlului, suprimarea gândirii critice şi începutul dorinței de satisfacție imediată.

De când ne-am întâlnit am ştiut că trebuie să te am, cineva pe care nu-l vei uita (Youngstown 1999).

I knew the moment that we met, I had to be inside of you, someone you won't forget.

Adesea aceste întâlniri au loc după ce dragostea este căutată intens "în locuri nepotrivite" până când căutarea are succes şi recompensa este cu atât mai mare.

Mergeam pe stradă într-o zi, apoi te-am văzut,n-am ştiut ce să spun, ochii îți străluceau, zâmbetul tău era aşa de blând, când te-am văzut am vrut să fii a mea (M2M 2000).

I was walking down the street one day, then I saw you I didn't know what to say, your eyes were shining, your smile was so kind, when I saw you I wanted you to be mine.

Şi de-odată stai goală în fața mea iubito te văd (...) ai gura, ai buzele pe care aleg să le sărut, tot trupul tău e făcut pentru plăcere, mă faci să mă simt aşa cum un bărbat ar trebui să se simtă un bărbat de oțel, ai o comoară ascunsă (LFO 1999).

And suddenly you're naked standing right in front of me baby I see you (Â...) girl you got the mouth, the lips girl I pick to kiss, all your body is made for pleasure, you make me feel like a man should feel like a man of steel, you've got a hidden treasure.

Pare că o senzație atât de copleşitoare îl face pe individ să-şi blocheze conştientizarea propriei individualități şi să fie gata, de dragul iubirii, să-şi abandoneze viața persoanei iubite. Numim această caracteristică a dragostei euforie, deoarece pare că iubiții chiar îşi pierd controlul în intensitatea momentului. Totuşi dragostea este departe de a fi doar un sentiment plăcut. Multe cântece vorbesc despre dorințe dureroase; acestea vor fi analizate în cele ce urmează.

Dragostea ca lipsă şi obsesie

Gândurile şi sentimentele obsesive, precum şi constrângerea de a acționa sub impulsul dorințelor sunt aspecte obişnuite ale dragostei prezentate în *teen pop*. Gândirea obsesivă apare când individul se teme să nu piardă persoana iubită sau când suferă de îngrijorare şi singurătate. Acești îndrăgostiți obsesivi par să-şi piardă funcționalitatea şi se izolează în gânduri triste şi insistente, retrăgându-se în fantezii fără de sfârşit.

Nu pot să mi-l scot din minte, şi asta mă sperie, pentru că n-am mai simțit aşa ceva (Britney Spears 2000).

I can't get him out of my mind, and it scares me, because I've never felt this way

Nu mi-e ruşine să spun lumii întregi că m-ai zăpăcit, pentru mine eşti un vis devenit realitate, mai degrabă mi-aş face rău mie decât să te rănesc pe tine vreodată (...) n-am mai cunoscut o fată pe care s-o doresc mai mult, aşa cum te doresc pe tine acum, recunosc că eşti cea mai bună şi că sunt obsedat de tine şi că n-aş putea fără tine (Aaron Carter 1000). *I'm not ashamed to tell the world that you really messed up my mind, girl, to me you're like a dream come true, I would rather hurt myself than ever hurt you (Â...) I've never known before a girl I wanted more, the way I want you now, I admit you are the best, and with you I am obsessed and I could never do without*

Dragostea preia caracteristicile unei profeții ce trebuie îndeplinită cu orice preț, adesea în încercarea de a face față singurătății şi sentimentului de insuficiență. Dragostea este un răspuns atunci când se simte că ceva lipseşte. Prezența dragostei compensează sentimentul dureros de absență a unui scop în viață, scop ce poate fi găsit numai prin existența şi consumarea dragostei. Acest aspect este interesant, deoarece reflectă ideea că dragostea este o necesitate; fără dragoste nu se poate trăi. Ca urmare, îndragostiții din aceste cântece pot face o fixație sau chiar pot deveni atât de înveşunați încât să "facă" legătura lor să meargă cu orice preț pentru a avea dragoste. Adesea relațiile prezentate în cântece sunt prejudiciate de gelozie obsesivă, comportament posesiv, lipsa reciprocității şi disconfortul unor cerințe excesive.

Vrei să fugi, vrei să scapi, ce vrei nu e ce-ți trebuie (BBMak 2000) *You want to run, you want to break free, what you want ain't what you need.* Nu-mi cere să plec, vreau să rămân în noaptea asta (...) nu mă pot opri până ce nu vei fi a mea (98 Degrees 2000).

Don't ask me to walk away, wanna stay tonight (Â...) I can't stop until I make you mine

Pare că ceea ce contează în primul rând pentru aceşti îndrăgostiți obsesivi este garanția că într-un fel nu mai sunt singuri. Prietenia romantică este atât de importantă pentru existența lor încât nu ar putea să-şi conceapă viața fără persoana iubită. Voi fi acolo o veşnicie, voi fi cu tine până în ultima mea zi, vo fi al tău, voi fi al tău (Aaron Carter 2000) *I will be there till the end of time, I will be with you till the day that I die, I'll be yours, I'll be yours.* Ştii că te ador, vreau să fiu lângă tine în fiecare zi, să-şi satisfac toate nevoile, iubita mea (Backstreet Boys 2000). *You know that I adore you, wanna be there everyday for you, to satisfy your every needs, my baby.*

În anumite cântece, aceşti îndrăgostiți simt că ceea ce doresc este sacru şi că trebuie obținut, incapabili fiind să-şi

Perspective

Nebun după tine -
Reflecții despre semnificațiile muzicii teen pop contemporane

controleze instinctele obsesive. Următoarele fragmente ilustrează această pierdere a controlului. Nu știu cum, dar deodată îmi pierd controlul (Abba Teens 2000) *I don't know how, but I suddenşy lose control* Când mă atingi mă simt pregătită şi îmi pierd controlul (Christina Aguilera 1999) *When you put your hands on me I feel ready and I lose my self-control.*

Dragostea ca dependență

Îndrăgostiții ale căror dureri şi plăceri sunt prezentate în aceste cântece sunt extrem de dependenți de obiectul fanteziei lor romantice sau de partenerii lor. Multe texte vorbesc despre imposibilitatea de a trăi fără dragoste. Iată câteva exemple ce subliniază dependența de dragoste: Fără tine în viața mea, iubito, nu aş trăi deloc (N'Sync 2000). *Without you in my life, baby, I wouldn't be living at all.* Viața este prea scurtă ca s-o trăiesc fără tine, eşti viața mea şi trăiesc pentru dragostea pe care o dăruieşti. *Life is too short to live without you, you're my life and I live for your love that you give.*(...) Când mă gândesc, aş fi pierdut fără tine, mă întreb ce am făcut înainte de venirea ta (S Club 7 2000). *(Â...) When I think, I'd be lost without you, makes me wonder what I did before you.*

Pentru cei care sunt cuprinşi de o formă normală de iubire ideea de a-şi pierde partenerul poate fi dureroasă, ei admițând fără reținere că dragostea lor are un rol important în viață, dar eroii din *teen pop* sunt atât de îndrăgostiți încât par să nu aibă o altă viață în afara relației lor.

Pentru că, iubito, tu eşti regina mea, eşti totul pentru mine, şi jur că eşti aerul pe care îl respir, iubito, cum pot să merg mai departe? Voi fi totul pentru tine, îți voi îndeplini toate visurile (Youngstown 1999) *Cause girl you are my queen, you're my everything, and I swear you're the air that I breathe, baby, how can I go on? I'll be your everything, fulfill your every dream.*

Citind aceste texte am întâlnit numeroase exemple de gândire obsesivă, puternice sentimente de ataşament şi numeroase menționări ale sprijinului emoțional şi fizic primit şi oferit prin iubire şi sex care par să le garanteze iubiților o stimulare şi libertate ce le sunt vitale. Pe scurt, dependența de dragoste pare să fie o formă de percepere a insuficienței de sine, sentimentul că individul nu poate trăi de unul singur. Compozitorii şi interpreții de muzică *teen pop* prezintă detaliile acestor sentimente de insuficiență.

Vreau să fiu cineva pentru cineva care mă iubeşte, petrecându-şi tot timpul cu mine, unde este acel cineva căruia să pot să-i dau timpul meu (Christina Aguilera 1999) *I want to be somebody to somebody who loves me, spending all my time on me, where is that somebody who I can give my time to?*

Pare că stimularea constantă a dragostei acționează ca un "magnet" pentru aceşti îndrăgostiți dependenți. Lipsiți de sursa de plăcere, ei par să fie atraşi într-un vârtej de plictiseală, nelinişte, depresie şi singurătate.

Fără tine în viața mea cred că totul ar fi pustiu (LFO 1999) *Without you in my life, I guess the whole thing would be empty.* Stau treaz şi mă sfârşesc, încerc dar nu pot nega, fără ea nu pot trăi (BBMark 2000) *I lie awake and die, I try but I can't deny, that I can't make it without her.*

Dragoste le oferă îndrăgostiților libertatea de a-şi alunga, în percepția lor, sentimentele de pustietate interioară şi lipsă de valoare personală. Doar un sărut de-al tău şi de-odată văd drumul aşternut în fața mea, îmi dai putere, îmi dai speranță, şi când mă ții în brațe mă simt împlinită (Britney Spears 2000) *Just one kiss from you and suddenly I see the road laid out in front of me, you give me strength, you give me hope, and when you hold me in your arms, you make me hole.* Felul în care mă faci să mă simt, mă împlineşti, eşti inima mea, sufletul meu, eşti totul (Backstreet Boys 2000). *The way you make me feel inside, you complete me girl, you're my heart, my soul, my everything.*

Dragostea nu este niciodată suficientă

Asemenea dependenților, îndrăgostiții din cântecele noastre află că, obişnuindu-se cu "drogurile" lor, ei sunt forțați să caute noi activități interesante, sau să ceară mai mult de la pasiunea lor.

Iubito, putem face mai mult decât doar să vorbim (N'Sync 2000) *Baby, baby, we can do more than just talk.* Nu vreau să te las aici, vreau să intru şi să te sărut unde îți place (Â...) Să-ți umplu cupa cu gin şi suc, o să-ți dăm ce-ți trebuie (LFO 1999) *Don't wanna leave you here, I wanna come inside and kiss you where you like (Â...) Fill your cup with gin and juice, we'll give you what you need .*

A deveni oarecum tolerant cu dragostea nu este singura problemă care este pusă de această idee de iubire. De fapt, multe cântece prezintă despărțiri dureroase, surse de adâncă tristețe pentru cel dependent de dragoste. Această retragere din fața dragostei înseamnă abandonare, trădare şi sentimentul nedreptății. În aceste cântece îndrăgostiții cad pradă depresiei, mâniei şi atacurilor de nelinişte. şi chiar par să aibă gânduri sinucigaşe când sunt lăsați să facă față singuri unei vieți pustii şi singuratice. Analizați atmosfera sumbră degajată de următoarele versuri: "Nu mai sunt râsete lipsite de grijă, a rămas doar tăcerea, merg printr-o casă pustie, cu ochii în lacrimi, povestea se termină aici, aici ne luăm rămas bun (Abba Teens 2000) *No more carefree laughter, silence ever after, walking through an empty house, tears in my eyes, here is where the story ends, this is good bye.* Iubito, eliberează-mă de suferința asta, nu mai rezist, de când ai fugit nimic nu mai este la fel, nu ştiu pentru ce trăiesc (BBMak 2000). *Baby set me free from this misery, I can't take it no more, since you ran away nothin's been the same, don't know what I'm livin' for.*

Retragerea din fața dragostei îi macină pe îndrăgostiți într-atât încât nu mai sunt capabili să trăiască normal. Â... aşteptând pe cineva care are nevoie de mine (Christina Aguilera 1999) *Â...waiting for someone who needs me.*

Relații inter-sexe, dragoste, timp liber şi consum

După cum am spus, majoritatea cântecelor analizate prezintă durerile şi plăcerile dragostei, în timp ce alte texte muzicale prezintă caracteristici oarecum diferite. Acestea sunt mai ales hituri de dans optimiste ce par a incita publicul să 'vină la dans şi să se distreze': "Bine că e vineri seara şi tocmai ...am luat banii. Bani, bani, bani, bani...da, tocmai am luat banii petrecerea de vineri noaptea, țopăi, mă simt bine, dau din fund, animați petrecerea în timp ce eu mă distrez. Uită-te în oglindă, arăți mişto. Adună gaşca. Dansează pe improvizația mea radioul cântă cea mai grozavă muzică simte ritmul măreşte sonorul e aşa de bine (N'Sync 2000) *Thank God it's Friday night and I just ... got paid. Money, money, money, money...Oh yeah, oh just got paid Friday night party hoppin' feelin' right booty shakin' all around pump that jam while I'm gettin' down. Check the mirror lookin' fly. Round up the posse. Jump in my ride radio rockin' hottest jam feel the rhythm pump up the sound feelin' so good.*

Nu se poate sublinia îndeajuns importanța pe care distracția şi timpul liber o au în ideologia *teen pop*. Aceste hit-uri "de chef" sunt destinate tinerilor care se presupune că nu sunt conştienți şi interesați de problemele de fiecare zi ale societății. Tinerii sunt simbolizați mai ales ca dezvoltându-se în timp ce se distrează. Acest accent pe timpul liber prezintă interes pentru cercetător datorită semnificației sale istorice şi sociologice. Dezvoltarea clasei ce nu trebuie să muncească pentru a se întreține şi creşterea importanței valorii distracției în viața de zi cu zi au fost însoțite de dislocarea rolului jucat de tineret în structura socială (de ex. Frith 1978). Nu se mai aşteaptă ca tineretul contemporan să-şi găsească slujbe devreme, ci mai curând să se adapteze la roluri de adult printr-o educație mai îndelungată şi contact cu semenii. Pe lângă aceasta, familia de origine a pierdut mult din influența pe care o avea în trecut asupra alegerii partenerului şi dragostea a devenit momentul de auto-împlinire şi emancipare de sub controlul familiar. Deoarece dezvoltarea adolescenților este marcată de experiențe romantice, căutarea unui partener a fost intens asociată cu ideea de timp liber şi consum (Illouz 1997). În lumina acestor observații putem înțelege bucuriile lipsite de griji, "zănatice", simțite de adolescenți când ascultă muzică, dansează şi se distrează ca urmare a cerințelor şi conflictelor caracteristice vârstei şi rolurilor din societate (vezi şi Frith 1978). *Teen pop*-ul nu trebuie deci înțeles drept 'cultură de masă' sau 'artă populară', ci mai degrabă drept cultură populară, o cultură ale cărei resurse simbolice au o însemnătate majoră pentru cei ce o consumă. Studii empirice viitoare vor trebui să se ocupe de importanta problemă a analizării structurii grupurilor de consumatori şi a strategiilor lor de consum. De exemplu, mai este adevărat că fetele reprezintă grupul cel mai numeros de consumatori de *teen pop*, aşa cum arăta Frith în 1978? Ideea este discutabilă, dar poate fi încă adevărată. Formațiile de băieți par să fie create în intenția de a cuceri simpatia fetelor, iar cântecele lor par să reflecte o idee mai degrabă feminină despre relații.[3] Pe de altă parte, stelele pop feminine par a fi create cu un dublu scop: pentru a atrage privirile masculine şi pentru a fi model de inspirație pentru admiratoare. Britney Spears, de exemplu, este personificarea spiritului muncitor, ridicat prin propriile mijloace, cultivat de morala protestantă americană. Această fată-din-vecini pare să le inspire pe admiratoarele sale pentru că, la urma urmei, este "doar o fată din clasa de mijloc a Americii", o fată simplă făcută să arate ca o stea cu ajutorul hainelor moderne, a unui machiaj îngrijit, a unei bune pregătiri fizice şi a unei alimentații corecte, toate fiind produse cărora Britney le face reclamă şi pe care fanii le pot cumpăra pentru 'a ajunge ca ea'.

Pe măsură ce principiile capitalismului şi ale culturii de consum au invadat şi tărâmul aventurilor romantice, timpul liber şi dragostea au devenit tot mai dependente de consum (Illouz 1997). Analizați mesajul subtil ce se ascunde în următoarele versuri: "Petrecăreață nebună ce mult o iubesc. Petrece în jurul lumii - vrea să danseze. Petrecăreață nebună Nu există o altă petrecere. Mereu gata să danseze (Aaron Carter 2000) *Crazy little party girl how I love her. Partying around the world - she wants to dance. Crazy little party girl There's no other party party. Always ready to dance*

În acest sistem etic bazat pe timp liber şi auto-împlinire lumea nu pare a fi decât un ring de dans nemărginit ce poate fi parcurs în căutarea celei mai bune petreceri. Desigur, aceasta este o fantezie, dar implicațiile sale nu trebuie neglijate. Călătoriile sunt forma globală absolută de consum evident. Spiritul turismului postmodern este cel al timpului liber nelimitat; întrega lume şi viață devin posibilități nelimitate de distracție şi experiență. Iar călătoriile sunt, desigur, întotdeauna experiențe romantice unice; ca urmare, aşa cum sugerează Illouz (1997), mărfurile sunt romantizate, iar dragostea devine marfă, după cum se vede în versurile următoare: "Poți să mă chemi când mă vrei, dacă ai nevoie de un prieten mă ai pe mine voi fi totul pentru tine, îți voi îndeplini orice vis. Putem s-o facem automat, pot să te fac să-ți pierzi mințile cu jucăria mea, voi fi totul pentru tine. Vei vedea că sunt tot ce vrei şi chiar mai mult voi fi jucăria ta, cea pe care o chemi ca să faci minuni, majoritatea stelelor rap trăiesc îmbelşugat. Ți-am luat un Benz şi chiar un diamant, de 8-10 carate dar aproape ai uitat. Când am fost amândoi la Paris, şi ai băut, din cauza ta, uite câte băuturi am luat. Aminteşte-ți câte nurci ai avut şi ştiu că vei fi impresionată de lucrurile pe care le am căci eu sunt Dl. Jucărie (Youngstown 1999).*You can call me when you want me, if you need a friend you got me I'll be your everything, fulfill your every dream We can do it automatic, I can freak you with my gadget, I'll be your everything. You'll see I'm everything you want and more I'll be your gadget, the one you call to make magic, most rap stars live lavish. Got you a Benz for a carriage and even a rock, about 8 to 10 carats but you almost forgot. When we both went to Paris, and you took shots, cause of you, look at all the drinks I got. Think back and look at all the minks you rocked and I know you'll be impressed from the things I got 'cause I'm Mr. Gadget.*

Când dragostea este astfel construită, calitățile umane sunt confundate cu bogățiile materiale. Implicațiile acestui fenomen asupra studiului identității şi culturii nu pot fi trecute cu vederea: Hoinăream cu prietenii. Te-am văzut cu noul tău prieten şi am fost gelos speram să nu te văd niciodată cu el. Dar e bine pentru că mă bucur că l-am întâlnit. Căci acum ştiu competiția nu există şi pot să spun că nu el e cel aşteptat. Nu e tipul care spuneai că-ți place. Are un stil de toată jena, hainele sunt nasoale. Hai, iubito, lasă-l, te vreau înapoi (N'Sync 2000). *I was hangin' with the fellas. Saw you with your new boyfriend and made me jealous I was hopin' that I'd never see you with him. But it's all good cause I'm glad that I met him, huh. Cause now I know the competition's very slim to none. And I can tell by looking that he's not the one. He's not the type you said you liked. His style is whack, clothes are bad. Come on girl; let him go, I want you back.*

Concluzii

Dicotomia tradițională ce caracterizează modul de a privi expresiile artistice consideră muzica fie drept o oglindă a *zeit-geist*-ului existent, fie drept un mod de a crea convingeri şi tendințe culturale. În mod inevitabil, diferențierea între muzica văzută în prim plan sau cea considerată un fundal induce în eroare, şi poate părea o reflectare a modului simplist de a gândi părtinitor în favoarea cauzalității lineare (Negus 1996). Observația lui Grossberg despre relevanța culturală a muzicii transcende atât punctul de vedere al lui Adorno despre industria muzicală ce manipulează ascultătorii pasivi, cât şi, de exemplu, abordarea opusă a lui Iain Chambers (1985), ce consideră producerea, reprezentarea şi consumul ca inovații culturale active.

Urmând raționamentele lui Frith (1986a,b) şi Grossberg (1986, 1992), considerăm că discursul muzical rezidă într-un context social şi cultural mai larg a cărui expresie este, şi pe care îl poate influența. Ca sistem de semnificații, muzica nu poate fi considerată ca fiind fie o variabilă dependentă, fie una independentă a culturii populare, ci mai degrabă o structură socială care face parte dintr-un anumit context cultural. Astfel, producătorii şi consumatorii săi sunt interpreți ce aparțin aceluiaşi context social în care conținutul muzicii şi valorile culturale se îmbină pentru a crea realități structurate social.

(continuare în pagina 22)

Opinii

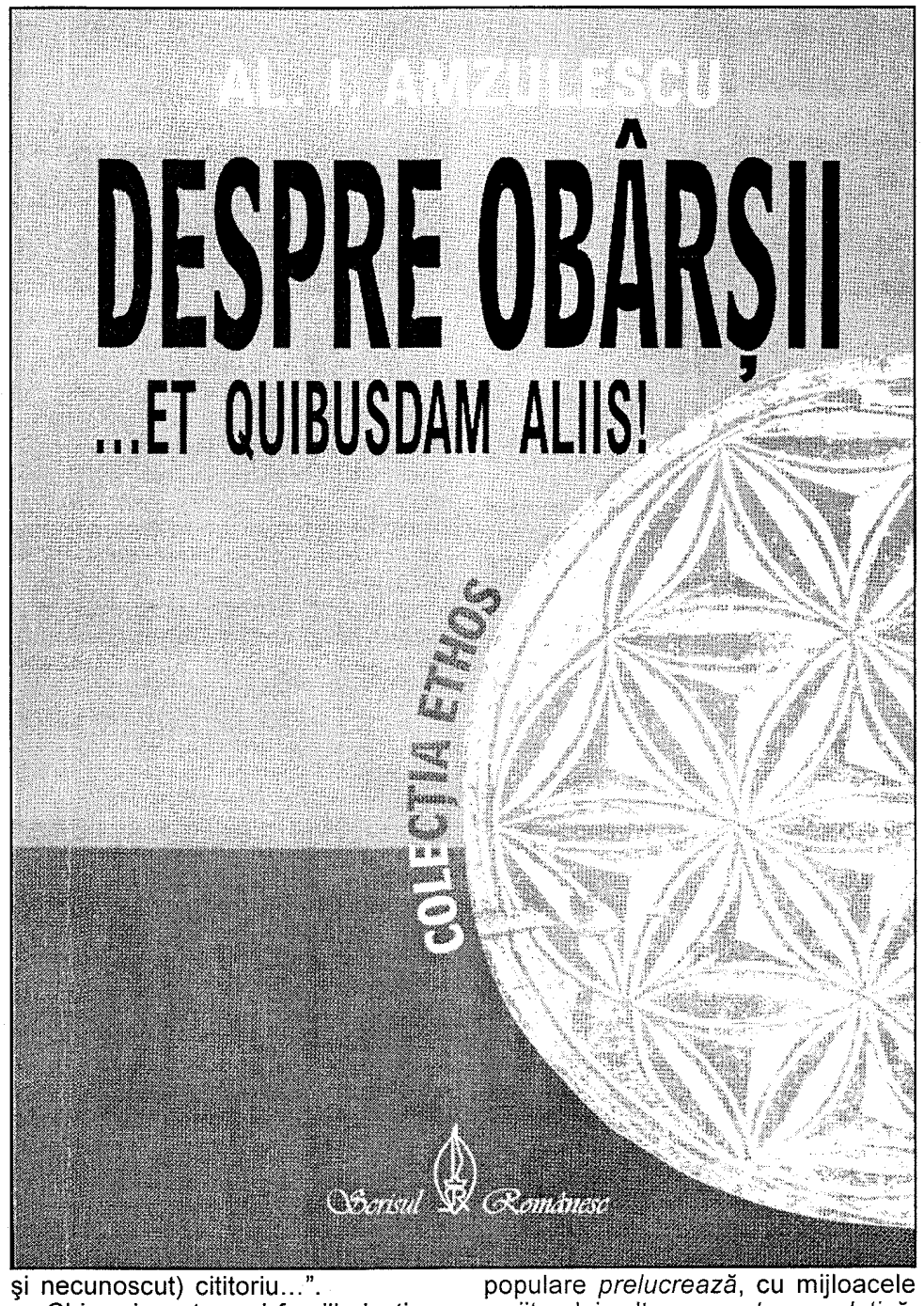
Jucăreaua *vestitului folclorist Alexandru* sin *Amza* ot *Valea Stanciului-Oltenia*

Nicolae CONSTANTINESCU

Oricine are, fie şi sumare, cunoştinţe despre folcloristica românească din ultimii cincizeci de ani ataşează numele lui Alexandru I.Amzulescu (n.4 decembrie 1921, Valea Stanciului, jud. Dolj) de cercetarea, cu precădere, a epicii populare româneşti în versuri. *Balade populare româneşti*, 3 vol., 1964, *Cântece bătrâneşti*, 1974; *Cântecul epic eroic.* Tipologie şi corpus de texte poetice, 1981; *Balada familială.* Tipologie şi corpus de texte poetice, 1983; *Cântecul nostru bătrânesc*, 1986; *Valori de patrimoniu ale cântecului bătrânesc din Oltenia*, 2000 sunt lucrări fundamentale, unice şi inegalabile într-un domeniu în care spirite ilustre ale culturii naţionale şi-au spus cuvântul, de la deschizătorii de drumuri, un Alecsandri sau Odobescu, la ctitorii marilor sinteze, un Hasdeu sau Iorga, şi de la aceştia la folcloriştii de meserie, specializaţi, precum profesorii D. Caracostea sau P. Caraman, ori, dintre contemporani, un Adrian Fochi, Mihai Pop sau Gheorghe Vrabie.

Într-o firească linie de continuitate cu marii săi înaintaşi, ale căror merite le-a scos întotdeauna, cu pioşenie, în evidenţă, Alexandru I. Amzulescu a reluat, pe baze documentare noi şi cu instrumentarul teoretic al sfârşitului de secol XX, marile teme ale baladei populare româneşti, între care, la loc de cinste se află *Miorița,* despre care ilustrul folclorist a scris, de asemenea, pagini memorabile. Ar fi nedrept să limităm aria preocupărilor şi realizărilor lui Al. I. Amzulescu numai la acest domeniu, când opera sa se arată a fi mult mai cuprinzătoare şi, lucru demn de semnalat, se îmbogăţeşte an de an, deşi, la fiecare nouă apariţie, dintr-un fel de cochetărie care îl prinde foarte bine, anunţă că aceea va fi ultima, adică, înţelegem noi, cea mai recentă, nu şi cea din urmă.

Aşa că nu e de mirare să găsim în librării, aproape în fiecare din ultimii ani, o nouă carte a octogenarului folclorist, *Despre obârşii ...et quibusdam aliis!*, Editura Scrisul Românesc, Craiova, 2003. O carte cu totul specială, diferită de toate celelalte ale reputatului cercetător, înfăţişată şi ea, în dedicaţia către noi, drept "această ultimă (subl. aut.) ispravă (şăgalnică, şi vicleană!)". Dedicaţia, pe şpaltul lucrării, şi însemnările autorului pe exemplarul dăruit mie, dublate de o scurtă dar hotărâtă lămurire verbală, dau cheia de lectură a acestui volum, în aparenţă compozit - două studii de folclor, tot despre baladă, tratând două teme mai speciale ale epicii populare româneşti (*Trei păsări lebede albe* şi *Trei crai*), o secţiune de "Versuri originale", plus *Capra cu clopoţel.* (Prelucrare în versuri a unei povestiri culese din Muscel. Ilustraţii de Ioana Constantinescu, Editura Tineretului, 1959, publicat într-un "Addendum", şi la sfârşitul volumului *Miorița şi alte studii şi note de folclor românesc*, 2001), câteva pagini de memorialistică ("Alte rânduri, alte gânduri ...") şi un "Cuvânt de încheiere, anevoios de sine lămuritor, şi de toate cele mai sus scrise, de mine şi de Alţii - cărora aduc mulţumirile mele sincere şi pline de recunoştinţă...; sau, mai curând aşa zicând: VOROAVĂ către iubitul (cunoscut şi necunoscut) cititoriu...".



Chiar şi pentru cei familiarizaţi cu scrierile lui Al. I. Amzulescu, al căror stil, uşor retoric, plin de paranteze şi reluări, insinuant, polemic, patetic, le individualizează între ale confraţilor folclorişti, compunerile din volumul *Despre obârşii ...* constituie o surpriză (poate mai puţin pentru cei foarte apropiaţi şi care le vor fi descoperit la vremea producerii lor, în cadrul unor întâlniri prieteneşti sau familiale restrânse, cum rezultă dintr-o notiţă la un mic pamflet politic, "alcătuit *mental* la 25.XI.1989 şi comunicat *atunci* unor buni vecini şi prieteni" - era în preajma sau în timpul ultimului Congres al PCR: "HIMALAYA? AMAZONUL?/Comparaţii prea pitice/ Evocând pe campionul/Revoluţiei mitice!/Precum Dânsul e şi Dânsa/ NIAGARĂ a chimiei/Ce din leagăn fuse unsa/Ca regină-a Academiei. /Dar cu Zoe şi cu Nicu/Ce-am dori să toastăm?/Din coliva lui Tătucu/Şi-a Mămicii să gustăm!...", ceea ce-mi aduce în minte o parodie la Topârceanu, spusă în timpul studenţiei mele de un coleg, oltean şi el, dacă nu mă-nşală memoria: "Şi de-o fi, ca-n recidivă,/Să-ţi suport iar toanele,/O s-ajungi de pe colivă,/Să-mi mănânci bomboanele!")

Deşi tema era gravă, Amzulescu o tratează într-o cheie minoră, *ludicul* fiind una dintre dimensiunile scrierilor sale din acest volum. O *jucărea* este şi basmul versificat, publicat în 1959, în care *culegătorul* de narațiuni populare *prelucrează*, cu mijloacele scriitorului cult, o *poveste cumulativă*, perfect adecvată vârstei tinere, copiilor, care au multe de învăţat dintr-o astfel de istorisire în care "Şoarecele nu vrea să roadă puşca,/ puşca nu vrea să puşte lupii,/lupii nu vor să mânce boii,/boii nu vor să bea apa,/apa nu vrea să stingă focul,/focul nu vrea să arză bârdiţa,/bârdiţa nu vrea să taie copăcelul,/copăcelul/numi dă clopoţelul!"

Aceeaşi *ghiduşie* însoţeşte şi compunerile serioase, profunde ale poetului din Valea Stanciului, multe cu caracter autobiografic şi zămislite la un prag al vârstei care, se vede, îl va fi marcat. Scrieri de sertar, de album de familie, versurile despre satul natal, despre părinţi, despre moşi şi strămoşi, despre soţie (*Parvulae uxori meae carissimae*), despre vârstă sunt revizitate de autor, comentate cu umor, după ...20 de ani, adnotate, precum "cântecele" *Ţiganiadei* lui Leonachi Dianeu de către Mitru Perea, "vestit cântăreţ". Un dialog cu ursitoarele (*Ad Parcas ...*), aşezat sub semnul greu al întrebării care ne bântuie pe toţi muritorii, dacă "fusul [...] cel amarnic/ Mai are încă fire", rostit/scris la 60 de ani, este comentat, cu un fel de obidă arghezianâ din *De-a v-aţi ascuns*, la 80 de ani: "...dar Cloanţelor sfrijite, scofâlcite,/Voi, moaşe urgisite/Şi babe afurisite/ Şi azi, la ani 80,/.../ v-aştept la mine în odaie,/Bătrâne ciumăfaie/ .../Şi-aştept acum neîndurătoarea voastră Soră, cu o coasă!"

Un sentimental lucid, Al. I. Amzulescu transcrie în versurile sale trăiri autentice, melancolii şi iubiri, tristeţi şi doruri pe care şi le reprimă fie prin umorul oltenesc, stenic şi ocrotitor, fie prin comentariile savante ale unui intelectual fin, filolog de clasă, hispanist de formaţie, această *Violon d'Ingres* ţinută mereu sub obrocul preocupărilor de folclorist care i-au umplut viaţa. Căci, scrie autorul în finalul cărţii: "Iar slovele acestei relatări şerpuitor-îmbâcsită (spre a nu zice confuză), mimează, de altfel voit şi căutat, cel puţin în intenţia mea, 'stilul' adesea pretenţios-bombastic, ostentativ-patetic şi retoric, şi grandilocvent, şi gongoric întortochiat, oarecum caracteristic, al copleşitoarei şi preafrumoasei literaturi spaniole" care i-a servit drept model, împreunându-se cu tradiţia locurilor natale, Oltenia, într-o splendidă şi originală sinteză.

Tehnica citatului, inserţia notaţiei savante, procedee moderne sau chiar post-moderne dau versurilor şi prozelor lui Al. I. Amzulescu o notă de sprinteneală, de vioiciune, de inedit. Este limpede că autorul, scriitorul, are în minte un cititor, un interlocutor căruia i se adresează şi de la care aşteaptă reacţii, opinii aprobatoare, cel mai adesea; vezi, în acest sens, *Prolog i predoslovie*, care se încheie cu o urare către cititori: "*I Bog te veselit*, iubite cititoriule...". Schimbarea neaşteptată a registrelor stilistice, asocierile şocante (rimează, astfel, pe "bătrâne popă Tomo" cu ... "*Ecce Homo*", aşază drept motto la o simpă *Urare de An Nou* celebrul vers al lui Horatius, "Eheu, fugace, Postume, Postume,/ Labuntur anni...", sau, dimpotrivă, îşi intitulează un poem despre trecere şi moarte *Excelsior, excelsior (O Mateňtis...- Vanitas Vanitatum)*, dar îl prefaţează cu versuri dintr-un cântec ceremonial de înmormântare şi îl agrementează cu citate folclorice - "dalbul de pribeag", "încolăcit toiag", "mândru verde brad", "negru corb", "pasărea-suflet", "Vidra blândă", "Lupul bunul" -, la care adaugă alte 'toposuri' funebre, din mitologia antică - "barca lui Osiris şi Caron", "şi negrul Acheron/şi Stixuntunecat/şi Lethele uitării" - concluzia fiind, în spiritul Ecclesiastului, "căci *pulvis et umbra sumus*").

Nu ştiu dacă Domnul Amzulescu, astăzi unul dintre patriarhii folcloristicii româneşti, titlu pe care nu i-l poate contesta şi de care nu-l poate deposeda nimeni, aspiră, neapărat, şi la gloria literară. Cert este că Alexandru *sin* Amza *ot* Valea Stanciului, Dolj, are condei, are cultură cu carul, are umor cât să facă faţă marilor tristeţi şi micilor neîmpliniri, sau măcar să le ascundă, are, mai ales, vigoarea intelectuală spre a ne da, an după an, încă una şi încă una din *ultimele* sale cărţi, pe care le aşteptăm cu drag.

Editorial

Scurt istoric al unei ştiinţe a contemporaneităţii, antropologia urbanului

(continuare din pagina 2)

De precizat că Park nu aplică teoria sa la un model abstract de societate, ci că vede societatea ca o concretețe a proceselor spaţiale (adaptare la mediu), pe care el le numeşte de selectare şi de segregare. Cum orice oraş este, în ultimă măsură, o populaţie, aceste procese de segregare şi selectare determină configurarea particulară a populaţiei pe cartiere, arii, afinităţi, oraşul fiind, în cele din urmă, o constelaţie de arii naturale: cartiere industriale, etnice, rezidenţiale. Aceste arii se diferenţiază prin nivelul eco-nomic, cultural şi prin figurile sociale.

Filosofia spaţiului pe care ne-o propune Park se reduce, în cele din urmă, la două probleme: ocuparea şi organizarea spaţiului, care, la rândul lor, determină comportamentul colectiv. Această viziune naturalistică despre societate a fost criticată (Saunders - *Social Theory and Urban Question 1981* şi Gottdiener - *The Social Production of Urban Space 1985)*, dar, în acelaşi timp, a generat noi deschideri teoretice (Prigogine, Stengers, Parsons), care propun, într-o manieră mai coerentă, substituiri ale modelului ecologic cu sisteme diverse, cum este cel economic, în cazul, deja celebru, al lui Parsons (*The Social System*).

Max Weber abordează dintr-o cu totul altă perspectivă chestiunea urbană decât Park. El este interesat, mai curând, să contureze un model al oraşului european occidental, model pe care înţelege să-l definească, în primul rând, din punct de vedere istoric (Die Stadt 1920-21). Această temă a fost reluată de Weber cu puţin timp înainte de a muri în *Wirtschaftsgeschichte*, 1923, unde urbanul este relaţionat de economic în contextul mai larg al naşterii capitalismului modern şi al instituţiilor societăţii occidentale.

Oraşul este pentru Weber o formaţiune socială complexă, definibilă printr-o ierarhie instituţională congruentă (nivel economic, politic, cultural). Aceste niveluri pot genera tensiuni între ele, cauzate de acţiunile concrete ale indivizilor care fac parte din grupuri, clase, partide, familii, asociaţii. Cu alte cuvinte, oraşul este o societate locală completă. Oraşul lui Weber este o instituţie a puterii nelegitime, născută ca uzurpare a puterii legitime, monopolizată de stat şi destinată să fie resorbită în sfera acestei puteri. Acest raport stat/oraş, un raport istoric, este reglat de procesul de legitimare a puterii. Weber identifică un prim sens al puterii în virtualitatea ei pe care o denumeşte potenţă şi o defineşte drept posibilitatea de a realiza scopurile propuse chiar în pofida unei rezistenţe oarecare. Puterea devine un tip particular de potenţă şi Weber contextuează noţiunea mediului politic şi administrativ, definind-o drept posibilitatea de a obţine supunerea faţă de o serie de comenzi specifice. Puterea, ilegitimă iniţial, se legitimează prin credinţa împărtăşită socialmente în propria-i legitimitate.

Modelul weberian de oraş este unul criticabil datorită celor două excese notabile pe care le comite. În primul rând, este exclusiv eurocentric şi, în al doilea rând, este excesiv legat de stat. Cu toate acestea, modelul lui este cel care a influenţat cel mai mult sociologia urbanului în sensul orientării ei spre studierea localului şi a regionalului.

În aceeaşi perioadă în care Durkheim, Weber şi Park sunt interesaţi de o sociologie a spaţiului, iar ultimii doi, mergând mai în specificul lucrurilor, chiar de una a urbanului, apare o lucrare care va fi considerată certificatul de naştere al antropologiei urbanului: *Middletown*, 1923, de Helen şi Robert Lynd. Prin ea, sociologia urbanului deschide linia studierii unor spaţii concrete, individualizate, a localului şi a regionalului. Importanţa ei, ca şi a celorlalte de aceeaşi factură, ce poartă numele unor orăşele denumite simbolic- Lloyd Warner-Yankee City sau John Dollard-Southerntown, mai precis, Class and cast in Southrentown, 1947- poate fi decelată în două planuri distincte.

O importanţă metodologică atât pentru sociologie cât si pentru antropologia urbanului. În contextul practicilor de un empirism trivializat (M. Cernea), care eludau proiectele teoretice şi se cantonau în abordarea unor fenomene minore, banale, pentru simplul motiv că erau uşor măsurabile şi al căror rezultat nu putea fi decât fragmentarea analitică şi neproductivitatea reintegrării conceptuale în întregul social, apariţia unor proiecte de genul celor amintite mai sus a însemnat practic o schimbare generoasă de optică.

Orientarea noilor studii viza reconstituirea teoretică a ansamblului, a totalităţii. Anchetomania, microsociologia, cuantofrenia (P.Sorokin) au fost părăsite în favoarea unor noi tehnici în sociologie:"...s-au pus treptat la punct procedee minuţioase şi rafinate de radiografiere în profunzime şi de incizie penetrantă în raporturile interpersonale, în mentalităţi şi în atitudinile subjacente comportamentelor."[5]

Al doilea palier de importanţă rezidă în extensia de câmp. Cele trei lucrări impuneau in anii '30-'40 studierea unor comunităţi locale (community study), punct în care drumul sociologiei se bifurcă spre antropologia culturală a urbanului. Deşi criticat şi depăşit de cercetările observaţiei cantitative, localismul unor Lynd, Warner şi Dollard este continuat în sociologie şi antropologia urbană. În siajul acestora, Irwin Sanders-The Community. An Introduction in a Social System, 1966, Herman Lantz- People of Cool Town, 1971 şi A Community in Searh of Itself, 1972, impun sisteme conceptuale şi metode mult mai eficiente pentru abordarea inteligentă şi nuanţată a realului.

Conturarea unei problematici a urbanului ca entitate globală generează în aceleaşi decenii, al treilea şi al patrulea, în care se dezvoltă localismul, o a doua orientare, numită ecologică, emergând din Şcoala de la Chicago. Această orientare este mai curând un "...produs de sinteză între sistemele teoretice macrosociale şi teoria mai restrânsă a zonei speciale date şi a seriei de fenomene concrete de care se ocupă o ramură sau alta."[6] Ceea ce în mod generic se numeşte Şcoala de la Chicago este, în realitate, un corolar de trei mari orientări: delincvenţa (Thrasher-The Gang, Shaw şi Mckay-Delinquency in Urban Area), culturalismul (A. Cohen- Delinquent Boy) şi teoria etichetării -labeling- (H. Becker- The Outsiders, E. Shur- Our Criminal Society).

În spatele acestor orientări, decriptăm perspective diferite, de la încercarea de a de-monstra apariţia comportamentului deviant într-un mediu dezorganizat si de a explica delincvenţa într-o manieră freudiană, relaţionând elemente precum instinctul, personalitatea şi cultura, până la responsabilitatea celor care etichetează faţă de cei care sunt etichetaţi. Aceste perspective trasează, practic, evoluţia unei discipline, căci ele se regăsesc pe parcursul a trei decenii, din al patrulea până în al şaptelea al secolului al XX-lea, şi surprind schimbările modurilor de abordare a problemelor, schimbări a căror consecinţă este transformarea substanţială a cercetării: interesele sunt altele, de asemenea, proiectele ştiinţifice. De la observarea devianţei ca fenomen absolut necesar pentru înţelegerea societăţii, după cum proclama structurofuncţionalismul lui Parsons în deceniul al cincelea, se ajunge la punerea în discuţie a rolului agenţilor sociali şi a instituţiilor responsabile pentru controlul comporta-mentului deviant în societate sub incidenţa interacţionismului în deceniul al şaselea. Con-cluzia era că "înseşi grupurile sociale nasc comportament deviant, instituind reguli a căror încălcare constituie devianţă, aplicând aceste reguli la anumiţi indivizi şi etichetându-i drept marginali (outsiders)"[7], ceea ce presupune deja o ecologie rotundă, o circumscriere a tuturor proiectelor şi intereselor, de la individul reflectat la cel reflectant, de la obiect la metalimbaj.

Antropologia urbanului ca filosofie a spaţiului evoluează în urma contribuţiei atât de diversificate a cercetătorilor Şcolii de la Chicago de la ideea de oraş ca globalitate socială, ce se legitimează faţă de stat prin uzurparea unor funcţii ale acestuia (localismul, regionalismul) la ideea de oraş ca un construct magmatic, un organism spaţial, ce pune în evidenţă interacţiunea dintre grupuri sociale, pe de o parte, şi dintre grup şi individ, pe de altă parte, în toată complexitatea comportamentală a acestora (ecologismul).

Sub impulsul medodologic al Şcolii de la Chicago cercetarea urbană se orientează tematic spre o nouă arie sociologică: oraşul şi sărăcia. Bidonvilleul devine spaţiul predilect al anchetelor anilor '60-'70 impunând conjuncţia a două axe tematice: etnicitatea şi sărăcia. Cercetarea americană şi cea engleză fac din America de Sud şi Africa terenul ţintă. Oscar Lewis introduce termenul de cultură a sărăciei[8], pe care îl defineşte ca pe o formă de viaţă care există independent de privaţiunea politică şi economică. Problematica a fost dezvoltată într-un mod critic de Valentine[9], Goode şi Eames[10]. În Europa, tema îmbracă o formulă specifică; migraţia uvrieră internaţională şi afluxul de refugiaţi politic. Raportul dintre aceste două realităţi sociale şi oraşul european sunt studiate din perspectiva capacităţii primelor de a modifica fizionomia urbană.

Odată cu anii '80 putem identifica adevărata antropologie urbană ca filosofie a spaţiu-lui în efortul de integrare a spaţiului în teoriile generale despre societate. De acum, nu doar timpul este utilizat ca o constantă în lucrările de sociologie şi antropologie urbană, ci şi spaţiul. Semnificativă în acest sens ni se pare apariţia în 1984 a două lucrări cu un înalt grad teoretic vizând această orientare. Editarea lor aproape simultană nu este atât o coincidenţă cât semnul grăitor al obsesiilor domeniului, autorii lor reprezentând spaţii teoretice suficient de depărtate, America şi Germania. Aceste lucrări sunt: The Costitution of Society. Outline of the Theory of Structuration, scrisă de A. Giddens şi publicată la Berkeley şi, respectiv, Soziale Systeme. Grundriss einen allgemeinen Theorie a lui Niklas Luhmann, publicată la Frankfurt/-Main.

Anthony Giddens propune o teorie a structurării în care se foloseşte de ideea de spaţiu pentru a contura schema regionalizării ca o concretețe socială, cu atât mai mult cu cât, susţine el, societatea este un termen imprecis. De altfel, modelul teoretic al lui Giddens ne confruntă, înainte de toate, cu precizia şi, respectiv, imprecizia termenilor. Dintre aceştia, structura, structurarea, societatea sunt esenţiali.

Teoria sa privind structurarea vizează depăşirea dualismului dintre societate (obiect) şi actorul social (subiect), plecând de la dualitatea structurii, mai precis spus, de la structura văzută în acelaşi timp drept condiţie şi rezultat al acţiunii. Pentru Giddens, structura este un ansamblu de reguli şi resurse (materiale şi de autoritate), organizat ca proprietate a sistemului social. Ca şi pentru structuralişti, şi pentru Giddens, acest ansamblu este un construct mental. Spaţiul şi timpul sunt introduse odată cu noţiunea de sistem social. Definiţia acestuia este o îmbinare de structuralism şi pragmatism empiric, căci sistemul social este văzut drept modele de relaţii între actori şi colectivitate, organizate ca practici sociale regulate şi reproduse în spaţiu şi timp[11]. În prelungirea acestui concept, Giddens poate clarifica noţiunea de structurare pe care o imaginează drept coagularea relaţiilor sociale în timp şi spaţiu, ca joc al dualităţii structurii. Cu alte cuvinte, proprietăţile structurale ale sistemelor sociale nu există decât atunci când se reproduc neîntrerupt, sub forma de comportament social, în timp şi în spaţiu. Introducerea conceptelor de timp şi spaţiu atrage după sine prezenţa altor doua noţiuni: inter-acţiunea şi integrarea sistemică.

Giddens consideră că organizarea spaţială permite înţelegerea integrării sistemice şi a integrării sociale în condiţiile prezenţei/absenţei, a interconexării dintre cei fizic prezenţi şi absenţi. Aceste concepte conduc la definirea unui alt cuplu terminologic important pentru mecanismul analitic propus de Giddens: localul şi regionalul. Localul sau localismul (<engl. Locale) este înţeles drept spaţiul utilizat ca ambient al unor interacţiuni particulare, definite ca atare în termeni fizici şi recunoscute ca actori în urma modului specific de utilizare socială. Giddens oferă drept exemple de localism camerele unor case, colţul străzii, interioarele unor fabrici, orasele mai mari sau mai mici şi chiar statele naţionale[12]. Regionalul este văzut ca un concept complementar faţă de local(ism). Spaţiul şi timpul joacă un rol determinant în definirea acestui concept. Pentru Giddens, regionalul înseamnă că spaţiul şi timpul sunt divizate în zone specifice prin intermediul unor practici sociale specifice. El oferă câteva exemple în aceeaşi manieră de spirală spaţială, plecând de la punctual la complex. O casă este un local(ism) pentru numeroase tipuri de interacţiuni, dar poate fi regionalizată în etaje, coridoare, camere, folosite pentru practici diverse. Un alt exemplu este antagonismul urban/ rural. După cum se vede, regionalismul nu are conotaţii geografice ci, mai curând, sociale. Aceste conotaţii sociale sunt date de felul în care local(ismul) este organizat spaţio-temporal şi ordonat în interiorul unor sisteme sociale comprehensive. Giddens conferă acestor particularisme numele de caractere ale regionalismului. Scopul declarat al unei astfel de conceptualizări este de a contrabalansa sensurile afirmaţiei conform căreia societăţile sunt organisme omogene şi unificate[13].

Giddens este adeptul ideii de neomogenitate şi variabilitate a sistemelor sociale care îi conduce la edificarea conceptului de sistem intersocial şi care îi permite redefinirea noţiunii de societate, pe care el îl găseşte imprecis şi, mai ales, cu un sens generic. După el, societatea este văzută ca o sumă, dar şi ca o interacţiune de sisteme sociale, sisteme sociale care ies în relief pe fundalul unor alte relaţii sistemice, generate de acumularea unor instituţii, ancorate în local(ism).

(Continuare în pagina 23)

Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj

Nebun după tine - *Reflecții despre semnificațiile muzicii* teen pop *contemporane*

(Continuare din pagina 19)

Această dublă capacitate a muzicii de a reflecta convingerile populare obişnuite şi de a influența în acelaşi timp schimbarea şi modelarea acestora este ceea ce o face un agent cultural atât de important. În cazul *teen pop*-ului industria muzicală încearcă să promoveze şi să sprijine anumite stiluri în defavoarea altora, dar aceste activități de marketing depind de interpretările pe care industria le face asupra tendințelor deja agreate de public. Dacă deseori marketingul are succes în menținerea acestor tendințe şi în formarea gustului, uneori producția de muzică eşuează lamentabil. De aceea, interpretarea discursului muzicii *teen pop* este un exercițiu de importanță majoră pentru sociologi, muzicologi, istorici, psihologi, şi antropologi. *Teen pop*-ul este un gen muzical care există de mulți ani, dar care doar de puțin timp a căpătat o imensă influență comercială şi unele din trăsăturile de stil tipice care recomandă atenta sa analiză. Prin examinarea unui eşantion larg şi reprezentativ al celor mai populari interpreți contemporani ce aparțin acestui gen şi investigând unele din aspectele teoretice ale consumului de muzică, am oferit următoarele argumente: (a) muzica *teen pop* este un sistem de semnificații folosit de tinerii săi ascultători pentru dezvoltarea unui sentiment al sinelui şi al propriei identități, precum şi pentru interpretatea informațiilor despre timp liber, dragoste şi relații interpersonale; şi (b) *teen pop*-ul, definit ca expresie muzicală produsă şi adresată adolescenților şi preadolescenților, este caracterizat de un conținut tematic ce descrie o idee despre dragoste ca 'lipsă', accentuând importanța stilului de viață bazat pe consumul liber. Nu vrem să insinuăm că în mod inevitabil consumatorii de *teen pop* acceptă fără discernământ ideile prezentate în versurile discurilor preferate. Adoptăm ipotezelor lui Stuart Hall (1980) în articolul citat despre codare/decodare când concluzionăm că ascultarea muzicii reprezintă o alegere activă, oricât de influențată ar fi de discursul hegemonic. Poziția deterministă a lui Adorno sau behaviorismul psihologic, pare-se atât de populară în rândul detractorilor obişnuiți ai muzicii uşoare pe latura conservativă sau progresivă, ignoră în mod clar rolul activ pe care mulți ascultători şi-l asumă în interpretarea mesajului muzical într-un anumit context social. Bineînțeles că este la fel de greşit să afirmăm că scriitorii, interpreții şi producătorii de *teen pop* au pus în vreun fel la cale un plan de spălare de creiere ce ar putea să-i facă pe tineri să se bucure intens de dragoste şi timp liber şi să se simtă prost dacă le lipseşte capacitatea de a o face. După cum am arătat, credem că muzica uşoară este modelată de atitudinile existente, ajutând în acelaşi timp la modelarea acestora. Susținem de asemenea ideea că *teen pop*-ul nu este cu siguranță singurul factor răspunzător de explicarea formării unei anumite identități sau crearea de idealuri culturale; evident, trebuie luați în calcul şi alți agenți sociali. Totuşi remarcăm că influența crescândă a *teen pop*-ului poate avea efecte importante la nivel cultural atât individual cât şi global prin rolul pe care îl poate avea în modelarea identității publicului şi prin ajutorul dat în definirea ideilor culturale, a valorilor şi a rolurilor în relațiile inter-sexe. Cercetările viitoare trebuie să se ocupe de rolul unui domeniu discursiv mai larg al muzicii uşoare, de exemplu studiind clipurile video ca importante simboluri culturale, şi importanța identității muzicii la nivelul psihologic al societății.

Cercetătorii ce urmăresc rolurile în relațiile inter-sex, relațiile interpersonale şi mai ales dragostea trebuie în viitor să investigheze *teen pop*-ul. Dacă adolescenții sunt foarte sensibili la valoarea dragostei, acest lucru se întâmplă poate pentru că sistemul nostru de convingeri culturale accentuează în diferite moduri ideea că dragostea este necesară pentru a-i da vieții un scop (Dubrow-Eichel 1993). Muzica *teen pop* este o industrie de succes deoarece oferă dragostea ca produs (sau cel puțin imaginea ei) unui grup țintă de consumatori care au nevoie de siguranța existențială pe care ea o oferă atât de uşor. Această lucrare de cercetare reprezintă un prim pas către înțelegerea unora dintre semnificațiile *teen pop*-ului în viața adolescenților şi în cultura contemporană.

References

A*Teens 2000. The Abba Generation, (Performed by), Audio Recording. MCA Records.

Adorno, Theodor 1976. Introduction to the Sociology of Music, translated by E.Ashton. NY: Seabury.

Adorno, Theodor 1991. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, Edited by J. Bernstein. London: Routledge.

Aguilera, Christina 1999. Christina Aguilera, (Performed by), Audio Recording. RCA Records.

Backstreet Boys 2000. Black and Blue, (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

BBMak 2000. Sooner or Later, (Performed by), Audio Recording. Hollywood.

Beall, Anne and Sternberg, Robert 1995. "The Social Construction of Love". Journal of Social and Personal Relationships,12, (3), pp. 417-438.

Bellah, Robert N., Madsen, Richard, Sullivan, William M., Swindler, Ann, and Tipton, Steven. Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life. Berkeley: University of California Press, 1985.

Burnett, Robert 1996. The Global Jukebox: The International Music Industry. London: Routledge.

Carter, Aaron 2000. Aaron's Party (Come Get It), (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

Chambers, Iain 1985. Urban Rhythms, Pop Music, and Popular Culture. London: MacMillan.

Davis, S. 1985. "Pop Lyrics: A Mirror and Molder of Society". Et Cetera, summer, pp. 167-169.

Denisoff, Serge 1975. Solid Gold: The Popular Record Industry. New Brusnwick: Transaction.

Dubrow-Eichel, Steve K. 1993. "The Cultural Context of Sex and Love Addiction Recovery". In Eric Griffin-Shelley (Edited by): Outpatient Treatment of Sex and Love Addicts, pp. 113-135. Westport, CT: Praeger.

Fiske, S. T., and Taylor, S.E. 1991. Social Cognition, (2 nd ed.). New York: Mc Graw Hill.

Frith, Simon 1978. The Sociology of Rock. London: Constable.

Frith, Simon 1987. "The Industrialization of Popular Music". In J. Lull (Edited by): Popular Music and Communication, pp. 53-77. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Frith, Simon 1996a. "Music and Identity". In Stuart Hall, Paul Du Gay (Edited by): Questions of Cultural Identity, pp. 108-127. London: Sage.

Frith, Simon 1996b. Performing Rites: On the Value of Popular Music. Oxford, UK: Oxford University Press.

Gitlin, Todd 1981. "Television Screens: Hegemony in Transition." In M. Apple (ed.) Cultural and Economic Reproduction in Education. London: Routledge and Kegan Paul.

Grossberg, Lawrence 1986. "Is There Rock after Punk?" Critical Studies in Mass Communication, 3, (1), pp. 111-123.

Grossberg, Lawrence 1992. We Gotta Get Out of This Place. London: Routledge.

Hall, Stuart 1980. "Encoding/Decoding". In Hall et al., Culture, Media, and Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979. London: CCCS University of Birmingham Press.

Hall, Stuart and Jefferson, Tony (editors) 1976. Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post- War Britain. London: Harper Collins Academic.

Hall et al., 1980. Culture, Media, and Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979. London: CCCS University of Birmingham Press.

Hargreaves, David, J., North, Adrian C. 1997. "The Social Psychology of Music", pp 1-21. In The Social Psychology of Music, David J. Hargreaves and Adrian C. North (Edited by). Oxford: Oxford University Press.

Hebdige, Dick 1979. The Meaning of Style. London: Methuen.

Hoku 2000. Hoku, (Performed by), Audio Recording. Geffen Records.

Illouz, Eva 1997. Consuming the Romantic Utopia. Berkeley: University of California Press.

Leeds, Jeff 2001. "Kid-Generated Pop Turns into a Gold Mine". Chicago Tribune, January 6, p. 1.

LFO 2000. LFO (Lyte Funky Ones), (Performed by), Audio Recording. Arista Records.

M2M 2000. Shades of Purple, (Performed by), Audio Recording. Atlantic.

Negus, Keith 1996. Popular Music in Theory: An introduction. Cambridge, UK: Polity Press.

N'Sync 2000. No Strings Attached (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

Riesman, David 1990. "Listening to Popular Music", in S. Frith and A. Goodwin (Editors): On Record, Rock, Pop, and the Written Word. London: Routledge.

S Club 7 2000. 7, (Performed by), Audio Recording. Interscope Records.

Simpson, Jessica 2000. Sweet Kisses, (Performed by), Audio Recording. Columbia.

Spears, Britney 2000. OopsÂ...! I did It Again, (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

Veblen, T. 1899. Theory of the Leisure Class. New York: Macmillan.

Wright, J. 1997. The Universal Almanac. Kansas City, MO: Andrews & McMeel.

Youngstown 1999. Let's Roll, (Performed by), Audio Recording. Hollywood.

Zillman, Dolf, Gan, Su-Lin 1987. "Musical Taste in Adolescence". In The Social Psychology of Music, David J. Hargreaves and Adrian C. North (Edited by). Oxford: Oxford University Press.

98 Degrees 2000. Revelation, (Performed by), Universal Records.

Enrique Iglesias

1 Vânzările combinate ale celor 'trei grei' ai teen pop-ului - Britney Spears, N'Sync şi Backstreet Boys - au totalizat 120 milioane de albume şi mai mult de 400 milioane de dolari din vânzările de bilete pentru concerte în perioada 1998 - 2001 Leeds 2002. Albumul lui Britney Spears "Oops, I did it again" s-a clasat din 2000 pe locul 4 în Billboard Top 200 al albumelor vândute; albumul "No strings attached" al formației N'Sync s-a clasat pe primul loc; albumul eponim al Christinei Aguilera pe locul 8; "Sweet kisses" al Jessicăi Simpson pe locul 51; 98 Degrees s-a clasat pe locul 25 în Top 200 al artiştilor; în acelaşi clasament, LFO a fost pe locul 71; BBMark pe locul 36 în clasamentul artiştilor noi de succes; M2M pe locul 92, în acelaşi clasament şi albumul "The Abba generation" al grupului Abba Teens a rămas 31 de săptămâni în Top 200; albumul lui Aaron Carter "Aaron's party" s-a clasat pe locul 27 în ultima săptămână din decembrie 2000; recentul lansat album "Black and blue" al formației Backstreet Boys s-a clasat pe locul 2 în ultima săptămână din decembrie 2000. Billboard, 30 decembrie, 2000.

2 Structura cererii consumatorilor este un concept important de care trebuie să se țină seama. După cum nota Frith 1978 capacitatea producătorilor de a forma nevoi este limitată. Cum sau de ce un anumit stil devine popular sau nu rămâne o enigmă pentru industria muzicală. Pentru un producător este mult mai uşor să rămână fidel unui gen sau interpret după ce a câştigat popularitate şi să producă la nesfârşit imitații, decât să experimenteze formate noi sau să modeleze cerințele consumatorilor. Companiile de înregistrări găsesc foarte puțini interpreți care să aducă profituri foarte mari, în timp ce majoritatea albumelor produse şi distribuite de-abia aduc vreunul. (Burnett 1996).

3 Deşi afirmația este discutabilă, nu este o întâmplare că baladele fiecărei formații de băieți prefațează fiecare pasaj liric cu "iubito" sau "fetițo". Orice privire superficială asupra componenței publicului unui concert teen pop va confirma bănuiala că fetele sunt publicul țintă iar băieții sunt acolo poate doar pentru a sta împreună cu fetele care le plac.

Traducere: Andreea Bratu

Text preluat, prin amabilitatea autorilor, din Electronic Journal of Sociology (2002)

Scurt istoric al unei stiinte a contemporaneitătii, antropologia urbanului

(Continuare în pagina 23)

Acesta nu este înțeles în mod necesar ca o arie stabilă, ci doar în urma definirii unor elemente normative, care legitimează ocuparea acestuia, a identificării unui sens identitar comun, ceea ce presupune un consens în jurul unor valori[14]. Teoria lui Giddens sugerează nu doar importanța spațiului ci și a tendinței de reinterpretare a modernității plecând de la tipicitatea/non-tipicitatea relațiilor sociale.

Cu toate că Luhmann propune o teorie independentă, aceasta este, în mare măsură, consonantă cu cea a lui Giddens în ceea ce privește importanța interacțiunii sociale. Luhmann distinge două tipuri fundamentale de sisteme sociale, caracterizate de elemente eterogene și distincte tocmai prin referențialul spațio-temporal. Pe de-o parte, se pot identifica sisteme de interacțiune (tot ce poate fi considerat fizic prezent), bazate pe mecanismele dinamice ale percepției, iar, pe de altă parte, societatea, bazată pe o comunicare lentă și formalizată[15]. Cele două sisteme sunt interdependente, dar existența lor poate fi, în aceeași măsură, și paradoxală, căci, în cadrul procesului evolutiv, societatea se dezvăluie ca un ansamblu de interacțiuni, care, depășind, prin expansiune, limitele percepției, blochează tocmai interacțiunea.

Recunoaștem în teoria lui Luhmann urme ale sociologiei weberiene dar și ale mode-lului lui Tonnies (Gemeinschaft/ Gesellschaft), nu doar convergențe cu analiza lui Giddens. Ele provin, după opinia noastră, dintr-o inefabilă solidaritate teoretică a gândirii sociologice a acestui secol în încercarea acesteia de a contura sisteme de integrare mult mai coerente și de a stabili raporturi realiste între individ, grup, clasă, societate.

Localismul și regionalismul par a fi răspunsul deceniului nouă al secolului. Nu întâm-plător, modelul lui Giddens își găsește în Peter Dickens un replicator (Urban Sociology. Society. Locality and Human nature 1990), ce încearcă să atenueze excesele teoretice ale americanului și, mai ales, neclaritățile teoriei acestuia în definirea localismului.

Concluziile parțiale ale unei astfel de retrospective ne sugerează efortul constant al antropologiei urbanului de a se despărți de proiectele și metodele sociologiei și de a se constitui într-o știință independentă.

1 cf. Coandă, L., Curta F.1993. *Mic dictionar de sociologie*, Bucuresti, Editura All: 176

2 Simmel, Georg 1988. *The Metropolis and Mental Life* in *Modernism. An Anthology of Sources and Documents*, edited byVassiliki Kolokotrani, Jane Goldman, Olga Taxidou, Edinburg, Edinburg University Press: 51

3 Idem: 52

4 Idem: 53

5 Cernea, M. 1974. *Sociologia americană. Tendințe si controverse*, Bucureşti, Editura Enciclopedică Română: 16

6 Idem: 30

7 Beker, H. *The Outsiders*, apud M.Cernea, op.cit. 73

8 Lewis, O. 1968. *La Vida: a Puerto Rican family in the Culture of Poverty:San Juan-New York*, New York, Vintage Books.

9 Valentine, Ch. 1968. *Culture and Povery: critique and counter-proposals*, Chicago, Chicago University Press.

10 Goode, J., Eames, E. 1996. *An Anthropological Critique of the culture of Poverty*, in *Urban Life. Readings in Urban Anthropology*, Waveland Press.

11 Giddens, A. 1990. *The Constitution of Society.Outline of the Theory of Structuration*, Berkeley,1984, în trad.italiană *La constituzione de la societá. Lineamenti di teoria della strutturazione*, Milano, Comunita: XIX

12 Idem: 118

13 Idem: 363

14 Idem: 162, 163

15 Luhmann, N. 1990. *Soziale Systeme. Grundriss einen allgemeinen Theorie*, Frankfurt/Main,1984 în trad. italiană *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Bologna, Il Mulino: 635

Esej

Ritualul colindatului și teoriile do-ut-des

(continuare din pagina 13)

Căci pentru raționalistul german al protestantismului, religia este unul din factorii hotărâtori în dualitatea amintită și extinderile ei, ceea ce demonstrase deja într-o altă lucrare ***"Etica protestantă și spiritul capitalismului"***. Religia, hotărăște Weber, este finalmente ***"teodicee a fericirii"***, datorită puterii sale de a ordona și mobiliza rațiunea, de a face comprehensibilă lumea (Weber 1993, dar și Gellner 2001, Lallement 2002 Boudon 1997 etc). Dac-ar fi să introducem tipurile de cultură și economie românești mai mult sau mai puțin tradiționale în tiparul weberian al activităților socio-culturale, cel mult trei, din cele patru cadre tipologice, s-ar potrivi și ar putea fi operante pentru spațiul autohton:1. ***Acțiunea tradițională*** care se sprijină și se manifestă prin obiceiuri și alte activități ale tradiției, 2. ***Acțiunea afectivă*** determinată de pulsiuni și 3. ***Acțiunea rațională*** în valoare ce se bazează pe valori religioase, estetice, etice.

Ultima dintre acțiunile propuse de Weber cu scopul determinativ și caracterologic al oricărui tip de societate este cea rațională în finalitate care implică o echivalență între scopuri și mijloace, într-un capitalism modern și avansat. La evidenta rigiditate a schemei, sociologul își ia măsuri de precauție, precizând că viața socială este, de fapt, mult mai complexă, manifestându-se ca un sumum de combinații între idealitățile active care interacționează. Oricum, stabilește Weber, orice societate, în indiferent ce stadiu de dezvoltare ar fi, va fi încărcată de tensiuni.

Realitatea socio-culturală rurală românească de până la începutul secolului XX, care cuprindea comunități agro-pastorale, semiautarhice din punct de vedere economic,

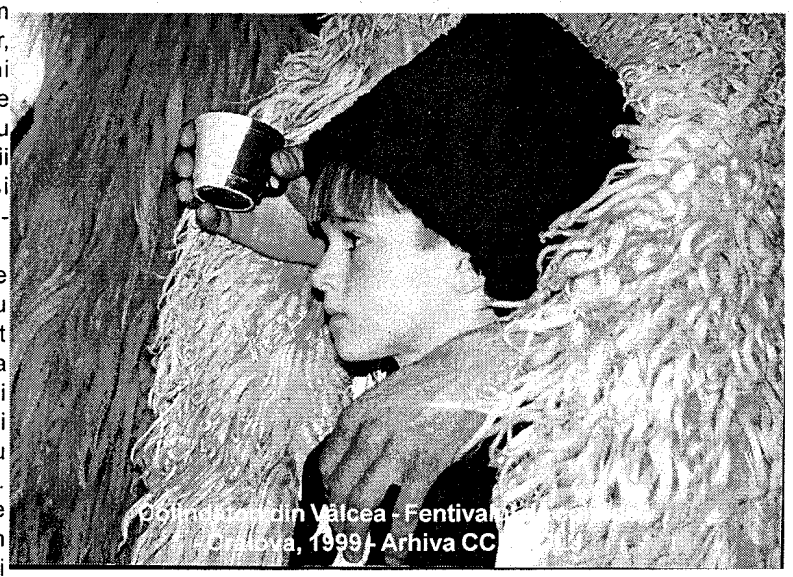
caracterizate prin relații de înrudire familiale și de clan, se supune cu greu unor interpretări și canoane weberiene.

Specificitatea felului de proprietate, privată, dar și comună, structurile economice bazate pe asigurarea subzistenței familiei, pe schimburi interne și rar pe producții de piață, nu determină obligatoriu și un autarhism cultural, păstrarea la nesfârșit a unor modele primitive, păgâne.

Chiar dacă în societatea tradițională autohtonă nu se întrevăd la modul ideal adecvările revelatoare între etosul religios și necesitatea rațională economică, asta nu înseamnă că mesajul creștin n-a fost asimilat corespunzător și că nu și-a arătat roadele în creațiile culturale și felul de a privi și judeca lumea. În general, în spațiul românesc dihotomiile rural-urban, natură-cultură, tradiție-modernitate, atât de grăitoare în occident, nu funcționează, sau au cu totul alte nuanțe și conjuncturi, iar dacă ținem cu tot dinadinsul să le aplicăm, finalitățile vor fi ideologizante și mistificatoare. Țăranul român, uneori idilizat, alteori acuzat ca retrograd, n-a fost "tipul ideal "weberian al ascetului activ, nici contemplativul mistic rupt total de lume, pentru care orice activitate mundană pune în pericol propria-i mântuire. A fost activ într-un spațiu limitat, ordonat în primul rând pe valori etice și morale, care în esență sunt creștine. Că această învățătură i-a devenit apropiată și...este fără dubii. Nu luăm în calcul în afirmațiile noastre idealizările excesive ale vieții și muncii țăranului, așa cum apar ele în curente culturale interbelice, dar nici nu putem să-i minimalizăm propensiunea către transcendență și încercarea de a exista armonios în relație cu natura și cu Dumnezeu.

Nu avem nevoie nici de sloganul "românul s-a născut creștin, dar nici de demonstrații prin care se încearcă să se acrediteze că religia tradiționalului a păstrat atâtea păgânisme încât Iisus nu este Iisus, ci un zeu al vegetației, de origine precreștină, eventual neolitică.

Dar trebuie să recunoaștem că Weber, apoi Joachim Wach și, desigur, Traian Herseni aveau dreptate când persuadau asupra aplecării către magie și ritualitate a agro-păstorului.



Colindători din Vâlcea - Fentivalul [illegible] Craiova, 1999 - Arhiva CC

Aici se regăsește cu adevărat convergența acestei specificități economice cu religia. Problema care trebuie pusă în continuare și care ni se pare importantă este cât de funcționale mai sunt aceste fragmente magico-agrare și dacă mai au coerență formativă într-o comunitate în care structura religioasă predominantă este cea oficială, cât de puternice mai sunt aceste recurente, care sunt modalitățile lor de exprimare și în ce contexte.

Este greu de crezut că autohtonul român supus creștinării apostolice una gândea la biserică și alta pe ogor și în ogradă. Adevărul este că săvârșea acte magice apotropaice sau fertilizatoare cu aceeași sinceritate cu care i se închina lui Cristos fără să fie duplicitar sau păgân.

Traian Herseni mizează pe teoria weberiană a do-ut-des-ului pentru că ea se pliază foarte bine pe preceptele sale probatoare: omul care își câștigă traiul din roadele pământului trebuie să" cucerească" natura, să-l folosească pe Dumnezeu în folosul său prin intermediul ritului oblativ. Nici un fel de trimiteri la transcendență sau la credință în acest demers sociologic, istoric, etnologic, psihosociologic etc, atât de doct și documentat la zi cu lucrările de specialitate.

Fin cunoscător al evoluționismului lui Morgan sau culturalismului școlii lui Bras, lucrarea lui Traian Herseni ar fi trebuit să fie una dintre capodoperele etnologiei românești și citită pe fragmente este; la fel de redutabilă este și atunci când analizează fapte sociale concrete. Antinomiile încep să apară atunci când ritualul colindatului este prezentat ca un spectacol în care sacrul și religiosul sunt obliterate. Deși teoretic acordă ritualului importanța cuvenită, din interpretarea lui nu rezultă că pentru comunitățile agro-pastorale rolul lui ar fi unul precumpănitor.

Țăranul lui Herseni nu este nici credincios, nici ateu. Este o mixtură greu de definit de păgân-creștin aflat într-o incipientă stare de alteritate. Având o altă formațiune științifică, sociologul Școlii Gusti simte nevoia să rupă definitiv cu aprecierile unor Lucian Blaga, Mircea Vulcănescu, Simion Mehedinți, Vasile Băncilă. Pe unii dintre ei nici nu i-a putut cita. Știm că vremurile în care apare lucrarea au fost grele și ideologizante, dar în timp, acest lucru este uitat. O carte rămâne o construcție care trebuie susținută permanent și care nu poate să invoce motivații extra-științifice, oricare ar fi ele.

Din triada economie-natură-religie, discursul hersenian îl minimalizează pe ultimul și în felul acesta echilibrul demonstrațiilor se rupe și înclină nefiresc într-o parte și nu are cum să fie validat întru totul, atâta vreme cât se consideră că religia este un accident, că este nenaturală... pentru că n-o întâlnim la animale, apărând într-o anumită fază a antropogenezei, dar având toate șansele să dispară în fazele înaintate ale civilizației atunci când tehnica și știința vor fi în măsură să o alunge din sufletul oamenilor (Herseni 1977:289). Sau: omul se desprinde oarecum nu numai de animalitate ci și de natură, situându-se, datorită muncii, pe o poziție de cuceritor (...), cu alte cuvinte își crează o lume a lui, cultura opusă naturii și îndreptată în primul rând spre subjugarea și exploatarea acesteia în favoarea omului. (Herseni 1977: 291)

Ce poate fi do-ut-des-ul dintre om și divinitate în ipostază teoretică? Doar o cădere la învoială care implică mai mult sau mai puțin morala și etica și care are loc în spațiul comun, profan. Ori ritualul colindatului resemantizează tot ce este domestic pentru a face loc sacrului în toată plinătatea și magnifiscența lui. În același mod orice relație, acțiune, obiect au, în acest non-spațiu, valoare simbolică. Concretul este abolit. Dumnezeu nu coboară pe pământ pentru a le asigura oamenilor bunăstarea, fericirea și sănătatea decât atunci când toposul de jos este pregătit, când milostenia, faptele bune, purificarea trupească și sufletească ale oamenilor ating starea de idealitate. Atunci, locul de jos se transfigurează, căpătând, la rându-i, atributele Raiului ceresc. Iisus nu cere daruri, gospodarii îi oferă pâine și vin, prefigurând o cină, o agapă, iar prin extindere simbolică, Taina Euharistiei după modelul creștin arhaic. Darul obișnuit și specific colindelor este cel de sus în jos. Omului nu-i stă în putere să ofere, "însă darul de sus are o conotație spirituală și religioasă.Omului îi rămâne doar șansa transformării, prin rit, a materialului în spiritual". (Ursache 2001:101)

Modelul preeminent al gospodarului colindat rămâne cel al frumuseții și bunătății divine. ***Kalos kai agathos***, după constatarea lui Simion Mehedinți. Într-un asemenea primat al idealității și armoniei, omul nu poate trăi decât alături de divinitate..*(continuare în pagina 24)*

Ritualul colindatului şi teoriile do-ut-des

.(continuare din pagina 23)

O frumoasă colindă din Ţara Loviştei ni-l descrie pe Iisus apofatic minunându-se de transformările mirifice ale gospodarului, motiv pentru care-l întreabă: Cin'pe tine bun te-au fapt/ De-nfloreşti şi mărgăreşti!/ Sau mie te-mpotriveşti/Sau mie te-năduieşti?/Unde sui în codrii negri,/ Codrii negri-mi înverzesc,/ Mi-nverzesc şi lăstăresc;/..."/ (Piloiu 1996:59)

Dar "cicea" (formă coruptă de la "aici") "acest domn bun" răspunde cât se poate de limpede, confirmă nu imitaţia modelului divin ci trăirea în el:"Cu direptu spune-ţi-oi/ Cin` pe mine bun m-au fapt,/ De-n floresc şi mărguresc,/ Numai ţie-mpotrivesc,/ Că mi-ai dat năstavul (obiceiul. n. n) tău,/ De-am pus casa lângă drum,/ Şi-am tins curtea peste drum;/ Câţi călători mi-au trecut,/ Eu pe toţi i-am găzduit,/ Câţi goi că mi-au trecut,/ Eu pe toţi i-am încălţat/ Câţi flămânzi că mi-au trecut/ Eu pe toţi i-am săturat;/ Câţi setoşi că au trecut,/ Eu pe toţi i-am adăpat;/ Câţi friguroşi au trecut,/ Eu pe toţi i-am încălzit;/ Cu ale lor rugăciuni,/ Cu-ale noastre rugăciuni,/ Cu- ale noastre închinăciuni,/ Slavă-n cer s-a ridicat,/ Slavă-n cer la Dumnezeu./" (Piloiu1996:59).

Într-un alt "colindec" din Loviştea gospodarul câştigă dreptul de a purta la marea "întâlnire"cu Iisus veşmântul mohorât "scris"cu semnele astrale,veşmântul pe care, altfel, nu îl poartă decât Hristos, tocmai pentru că i-a slujit chiar lui Hristos... "Şi-am slujit în direptate/ Nouă ani şi jumătate"(Piloiu, Florile dalbe 1996:40).

Prin urmare,dacă există un contract gen do-ut-des,nu este unul oarecare ci unul înscris într-o etică profund creştină. Înclinăm să credem că nu este vorba de aşa ceva, ci mai degrabă,cel puţin,în ritualul colindatului, de o convenţie ritualică menită să consfinţească relaţia omului cu hierofania, mai ales că demersul narativ este unul simbolic.

Iisus este, de fapt, cel care (se dăinuieşte). Colindul românesc surprinde această "umanitate" a Mântuitorului şi propensiunea oblativă a lui mai ales în colindele care descriu simbolic sfintele taine ale Euharistiei, Botezului şi Mirungerii.

Descinderile lui Iisus pe pământ,deschiderea cerurilor sau unirea cerului cu pământul nu sunt întâmplătoare şi au motivaţii biblice cărturăreşti prin Sfinţii Părinţi şi populare.

Informaţiile etnofolclorice mai vechi (sfârşitul secolului al XIX- lea), ne semnalează că Iisus se arată în Noaptea Naşterii numai celor buni, curaţi şi credincioşi (Mehedinţi 1995: 74).

În repertoriul ritualului colindatului nu există daruri contractuale şi, dacă sunt, ele sunt gratuite. Masa la care este invitat Cristos,aşa cum spuneam deja, are sensuri simbolice şi nu concrete chiar dacă ne aflăm într-un spaţiu spiritual real. Să nu uităm că totul este aureolat de duhul sărbătorii care înlesneşte deschiderea către transcendent (Băncilă 1995:74), când fie coboară Dumnezeu pe scara-i de ceară, învăluit în lumină, fie omul, prin calităţile sale, urcă în Ra (Băncilă 1996:57).

Sunt unele texte sub formă de dialog în care Iisus îi cere gazdei, după ce a fost cuprins de sentimentul mirum-ului, obiecte sacre care, altminteri, sunt însemne divine sau odoare liturgice. De asemenea, sfinţii însoţitori ai lui Iisus, Sfântul Petru, Sfântul Ion, Crăciun, au rolul de a înlesni unirea cerului cu pământul, pentru că, precum Iisus, au fost cândva oameni.

Bibliografie:

Herseni,Traian 1997. *Forme străvechi de cultură poporană*, p. 283, Cluj-Napoca, Ed. Dacia.

Weber,Max *1998. Sociologia religiei*, Bucureşti, Ed. Universitas.

Weber, Max 1993. *Etica protestantă şi spiritul capitalismului*, Bucureşti, Ed. Humanitas.

Gellner Max 2001.*Raţiune şi cultură*, Bucureşti, Institutul European.

Lallement, L. 2002. *Istoria ideilor sociologice*, Bucureşti, Ed. Antet.

Boudon, Raymond *Tratat de sociologie*, Bucureşti.

Ursache, Petru 2001. *Cazul Mărie sau Despre frumos în cultura orală*, Iaşi, Ed. Junimea.

Piloiu, Ion 1996. *Florile dalbe*, Rm. Vâlcea, Centrul Judeţean de Valorificare a Tradiţiei şi Creaţiei Populare.

Mehedinţi, Simion 1995.*Creştinismul românesc*, Bucureşti, Fundaţia Anastasia.

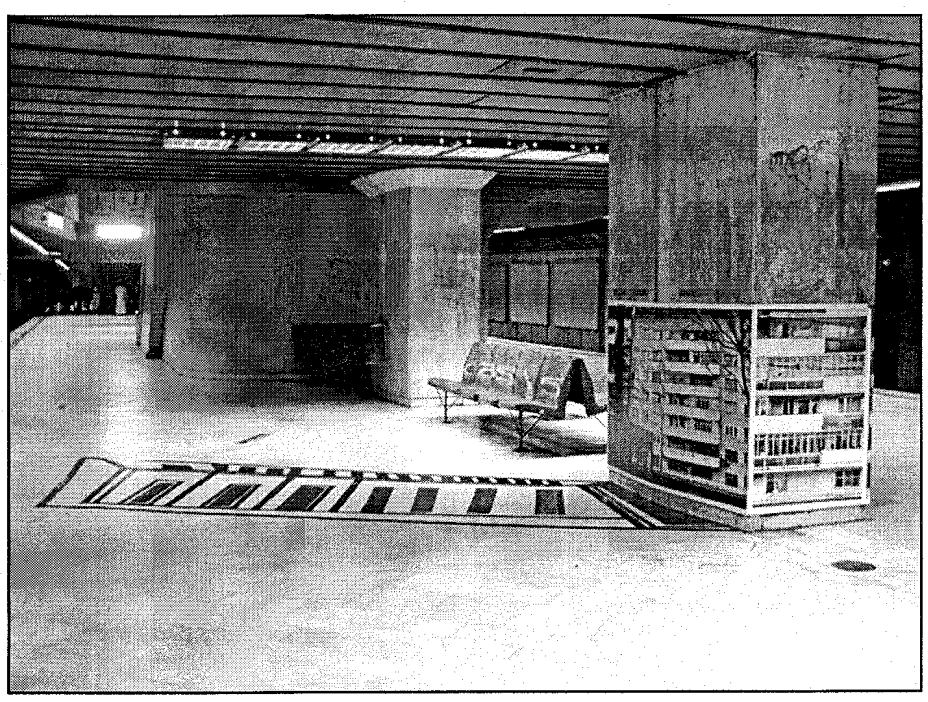
Băncilă, Vasile 1996. *Duhul Sărbătorii*, Bucureşti, Editura Anastasia.

Perspective

Locuri şi spaţii

Magda PREDESCU

Sfârşitul lui ianuarie a prilejuit bucureştenilor (obişnuiţi, unii dintre ei, să folosească în mod frecvent metroul ca mijloc de transport) întâlnirea cu un spaţiu metamorfozat prin inserţia unui act artistic. Expoziţiile

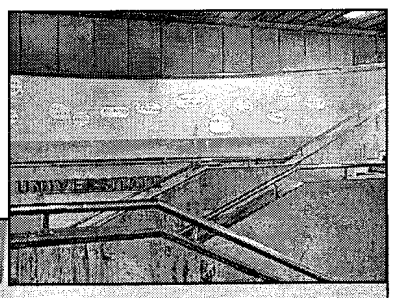


de artă contemporană „În-chip-uiri subterane" şi „Blocul de sub noi" (autor Lila Passima, colaborator Cosmin Manolache) reprezintă etape ale programului cultural „Oraşul de sub oraş" iniţiat de Teatrul Masca, Primăria Capitalei şi Metrorex. Proiectul s-a desfăşurat în lunile ianuarie-februarie în staţiile de metrou Eroilor şi Universitate.

Asemenea programe sunt frecvente în alte spaţii culturale. Pentru noi, acesta este un început. De aceea nu m-a interesat gestul Metrorexului de a iniţia un astfel de proiect, ci motivaţia artistului. Nu ştiam dacă în traseul artistic al Lilei Passima expoziţia din metrou reprezenta o ruptură sau o continuitate. Dacă a doua ipoteză se dovedea cea corectă, îmi rămânea să identific elementele recurente, cele care dau, probabil, identitate unui artist şi te ajută să-l recunoşti în orice etapă a creaţiei. Formarea Lilei Passima pare să fie dominată de unitate (Liceul „Tonitza", Academia de Artă, membru al Uniunii Artiştilor Plastici) şi, în egală măsură, de complexitate (stagii şi

călătorii de studiu la Roma, Tokyo, Paris). Traseul producţiei artistice îl intersectează la un moment dat pe cel al formării şi atunci descoperi lista impresionantă a expoziţiilor naţionale şi internaţionale, activitatea publicistică, participarea la comunicări ştiinţifice. Cosmin Manolache, colaboratorul pentru acest proiect al Lilei Passima, este muzeograf. A organizat numeroase expoziţii la Muzeul Ţăranului Român, acolo unde conduce secţia „Acţiune culturală". Preferinţele sale se îndreaptă spre arta fotografică şi cinematografică (este realizator de film antropologic şi etnografic). Cei doi urmează în prezent cursurile masteratului interdisciplinar „Teoria şi practica imaginii" organizat de Centrul de Excelenţă în Studiul Imaginii (C.E.S.I.) al Universităţii Bucureşti.

Urmărindu-le activitatea, am avut senzaţia că intuiesc reperele pe care le căutam. Nu era prima dată când utilizau spaţii neconvenţionale de expunere, anulând, în acelaşi timp, fanta temporala care separă momentul realizării operei de cel al expunerii. (Se cuvine adăugată o mica precizare. În cursul derulării proiectului, această a doua regulă nu a fost respectată întotdeauna. Pentru a nu incomoda circulaţia, în staţiile de metrou s-a lucrat de multe ori noaptea, motiv pentru care singurii martori ai evenimentelor au fost lucrătorii de la Metrorex. Călătorii observau transformarea acelor spaţii abia a doua zi.) Pe de altă parte, chiar tema expoziţiilor apărea ca o constantă a proiectelor Lilei Passima: un spaţiu public (convenţional sau neconvenţional pentru expunerea/desfăşurarea produsului/actului artistic) asupra căruia sunt proiectate valori definind spaţii personale, puternic marcate afectiv, fapt ce conduce la resemantizarea spaţiului iniţial. Voi urmări în continuare modul în care acest lucru s-a realizat în cazul expoziţiei din staţia de metrou Universitate. Precizez că aceasta este o grilă de lectură care



valorifică doar câteva dintre elementele proiectului. Cu siguranţă semnificaţiile lui sunt cu mult mai bogate.

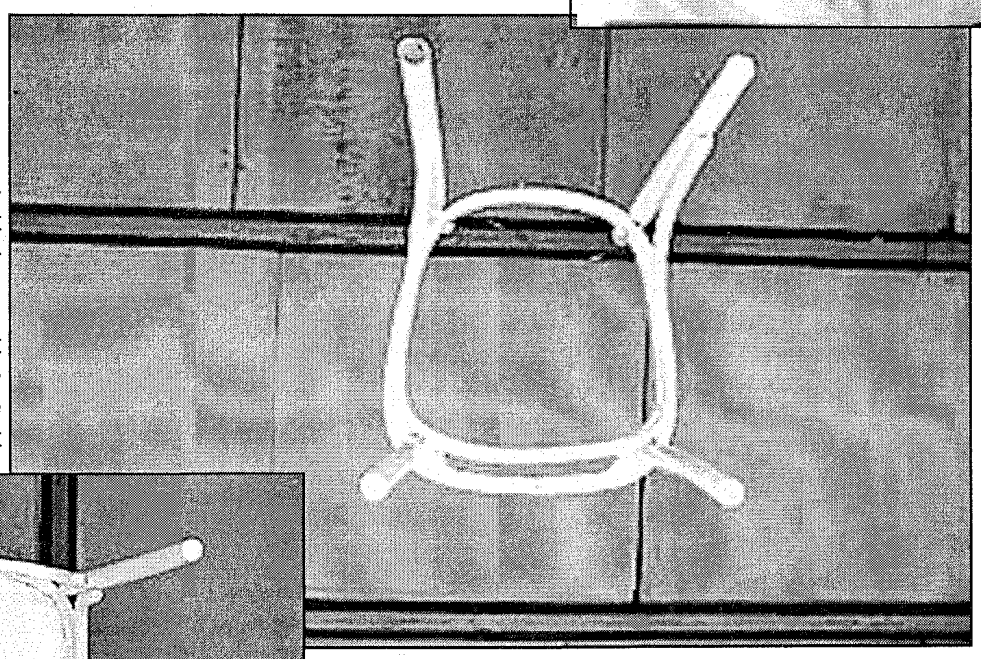
Spaţiul public supus transformării este staţia de metrou. Gesturile artistului o vor colora afectiv prin inserţia unui alt spaţiu, cel al blocului. Metamorfoza este un proces, implică o derulare, succesiunea unor etape. Totalitatea lor va constitui actul artistic propus de Lila Passima şi de Cosmin Manolache.

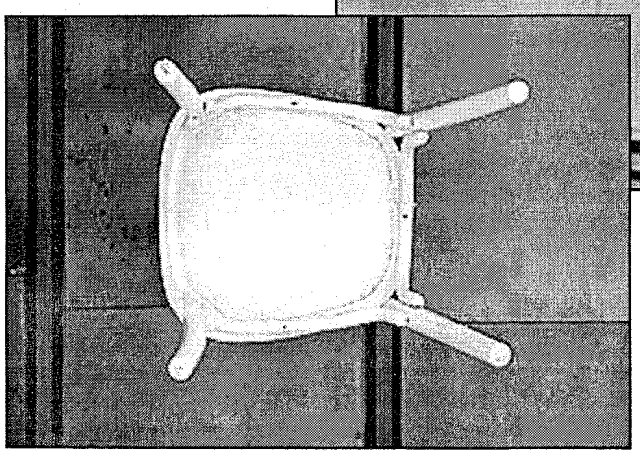
Aşadar elementul cu putere de transformare este blocul. La prima vedere, între bloc şi metrou nu par să se instituie intersecţii semantice. Blocul ţine de familiar şi de familial, de proximitate şi nediferenţiere, metroul

publice personale

BLOCUL

este un spațiu public, nemarcat afectiv. Blocul pare spațiul fericit, protector (în sensul toposurilor bachelardiene); spațiul metroului, deşi cavitate, nu pare să aibă aceleaşi valori. Blocul-casă este un centru. Metroul reprezintă o rețea de centre, este unul dintre acele elemente care descentrează, care distruge isonomia oraşului (deşi este adevărat că oferă repere, dar de alt tip; este rețeaua pe care o reproduci în momentul în care alcătuieşti harta mentală a unui oraş). Este un spațiu dinamic, al tranziției, al trecerii, în timp ce blocul stă aparent sub semnul nemişcării (mişcarea există, dar este una individuală, mişcare în sensul devenirii). Autoarea proiectului a crescut în acest spațiu; proiectul va demonstra că acesta reprezintă un reper identitar privilegiat. Spațiul blocului este resimțit şi ca posibil creator de identități colective- grupul de copii (vom vedea cum acest





element a fost utilizat în proiect), de o foarte mare complexitate în exprimarea raporturilor umane. În timp ce metroul este tocmai unul dintre acele locuri în care proximitatea vieţuieşte confortabil alături de anonimat.

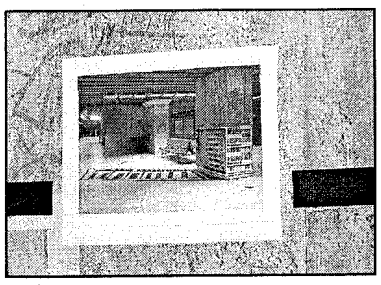
un al doilea transfer, de data aceasta de tip afectiv.

Într-o primă etapă s-a încercat crearea echivalenților morfologice. S-a lucrat nu cu întregul (deşi, atât blocul, cât şi metroul dispun de sensul comun al cavității), ci cu fragmentul. Există un spațiu în care jocul verticalelor şi orizontalelor a permis desenarea unui grup de blocuri. În această zonă este afişat titlul proiectului. Fragmentul spațial despre care vorbeam este reprezentat de stâlpii de susținere care au fost transformați în blocuri (s-a realizat „îmbrăcarea" acestora în imagini reprezentând blocuri reale). Apoi stâlpul-bloc, proiectat pe podea, a oferit spectatorului doar umbra celui de-al doilea element (ceea ce implică ştergere treptată a suportului material inițial.) Umbra reprezintă un alt element puternic valorificat (scaunul real şi proiecția acestuia). Nu uităm niciodată că ne jucăm cu reprezentările acestor forme spațiale. Dacă nu s-ar fi încadrat în convenție, umbra nu ar fi fost recunoscută ca trimițând la bloc. Ultimul punct în etapa transferului morfologic va fi reprezentat de o reconstituire. Stâlpul va primi pe suprafața sa fotografii ale stâlpului-bloc inițial, discursul instituindu-şi astfel circularitatea. În ceea ce eu numesc etapa transferului morfologic, artistul a implicat două tipuri de public: prietenii, cei care într-o anumită formă s-au implicat în proiect, şi călătorii.

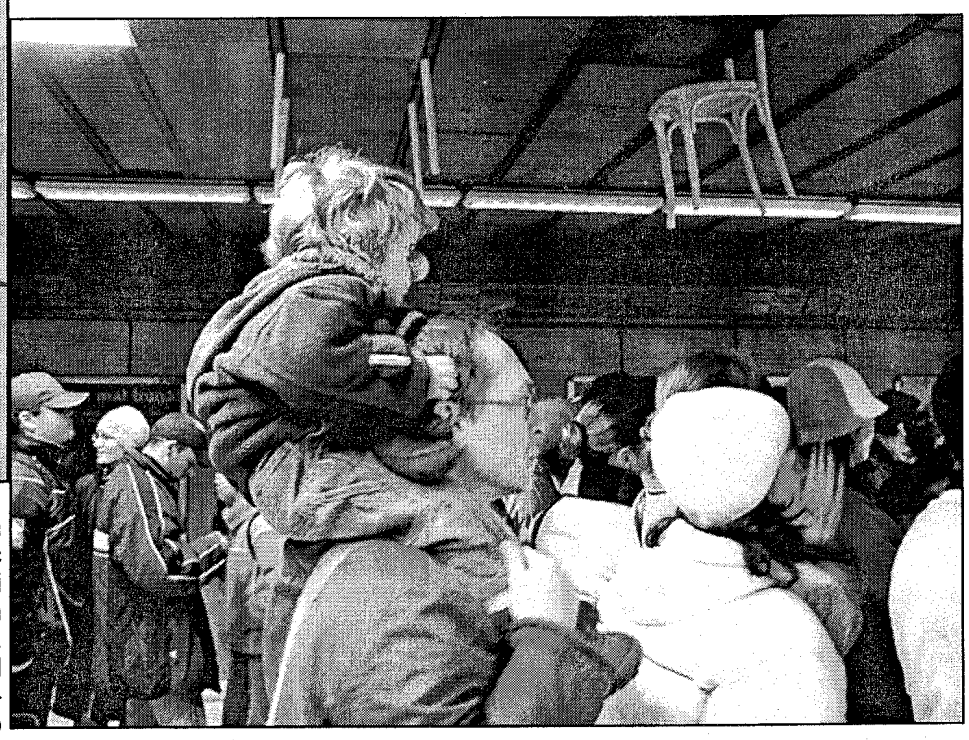
De cele mai multe ori, cei aflați în metrou stabilesc doar relații spațiale, de simplă juxtapunere, de co-existență, sărace. Este locul unde întotdeauna îl vei întâlni pe Celălalt şi unde te vei simți tu însuți Celălalt.

Cum să găseşti printre atâtea antinomii o logică a apropierii acestor spații? Tentativa Lilei Passima se dovedeşte din acest motiv cu atât mai temerară. Să încercăm o demontare a mecanismului acestei logici. Traseul pe care îl propun conține două etape (şi se va vedea că regăsim în ele gesturile artistei): un transfer de formă între cele două spații (o primă etapă în care artistul a lucrat la nivelul morfologiei), transfer care va permite constituirea unui spațiu hibrid, capabil să susțină

Această imbricare de forme şi de spații va constitui suportul transferului afectiv. Condiție necesară, dar nu şi suficientă. Autoarea trebuia să găsească un al doilea element comun celor două spații. Iar acesta a fost ludicul. Blocul favorizează ludicul doar în măsura în care participă la formarea unei identități colective (aminteam grupul copiilor). Alteritatea (nu identitatea) este cea care permite apariția ludicului, te joci întotdeauna cu Celălalt. Jocul este elementul care va provoca în acest proiect memoria afectivă. Iar publicul, de data aceasta, a fost unul privilegiat. Se cunoşteau, aveau amintiri comune, se raportau în acelaşi mod la spațiul blocului afectiv. Ora târzie a favorizat intenția artistei, singurii „străini" în această acțiune fiind doar câțiva călători întârziați care au acceptat jocul şi, din nou, lucrătorii de la Metrorex (care au putut participa, cred eu, din cu totul alte motive: spațiul le era familiar, iar într-un spațiu cunoscut gesturile gratuite sunt mult mai fireşti). Căci Lila Passima a valorificat dimensiunea pur gratuită a jocului. De altfel, agonul nu-şi avea rostul. Participanții au respectat cu toții „regula" jocului devenit act artistic; regăsim în acesta toate elementele formale ale jocului descrise de Huizinga în al său „Homo ludens": acțiune liberă, dezinteresată, delimitată spațial şi temporal, având o ordine proprie, bazată pe abolirea realității vieții obişnuite.



Jocul copilului, jocul adultului regăsindu-se copil, jocul artistului sunt elementele care au determinat în final o creştere a complexității spațiului metroului la nivelul relațiilor umane. Datorită tipului special de public nu se poate spune că s-a reuşit vreo diluare a distanței sociale față de un Celălalt real din metrou care, paradoxal, ne este atât de apropiat fizic. Cu siguranță însă, măcar pentru acel timp privilegiat al jocului, spațiul acesta a fost resemantizat şi a căpătat o altă funcție. Actul cultural i-a modificat identitatea. Dar actul cultural nu ar fi fost posibil fără o anumită deschidere a oricărui spațiu public spre spectacular. Tocmai datorită slabei sale articulări identitare, tocmai pentru că este



un spațiu comun, deschis tuturor, neutru, uşor de manipulat, are această disponibilitate de metamorfozare care poate fi valorificată cu succes. Ceea ce Lila Passima a reuşit prin proiectul său.

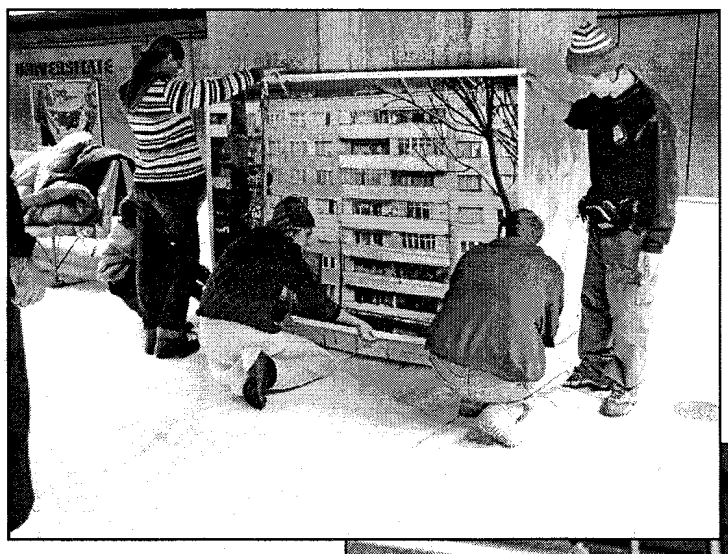
Locuri recomandabile

Oralitatea oraşului.

Pasajul. Spaţiul subteran.

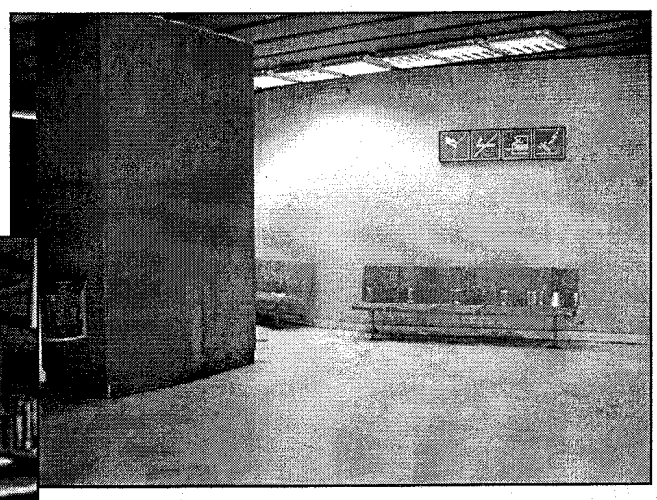
Lila PASSIMA

Cetăţeanul capitalei este supus multor agresiuni exterioare, de la inflaţia vizuală a reclamei – cuceritoare a spaţiului, fără reguli, discernămînt şi opţiuni, pînă la propria imagine devenită exterioară sieşi, într-un spaţiu halucinant şi distrugător de imagine (majoritatea capitalelor aglomerate ale planetei, arată aşa).

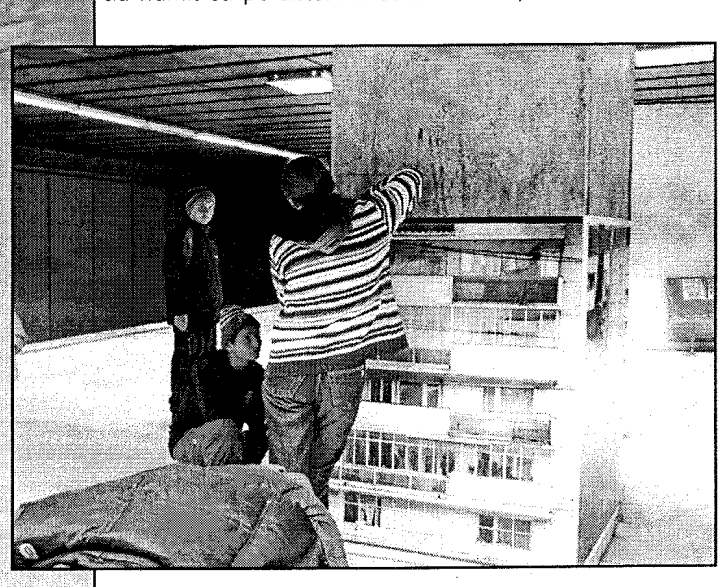


Nu mă mai gîndesc la arhitectura spaţiilor, la "oxigenarea" lor prin prezenţa verdelui, a amprentei locurilor, la o logică urbanistică şi o curăţenie a detaliilor care ar putea duce la construcţia unei **identităţi vizuale**, pentru că de toate astea se ocupă arhitecţii, urbaniştii, în studiile lor. Elementul viu (omul), care suportă cu obedienţă, indiferenţă sau resemnare această lipsă, obişnuit de-atâta timp cu ea, cu un continuu simţ al băşcăliei, îmbrăcată cu forme de fatalism autohton, se mişcă relativ liber pe culoare care uneori se intersectează, alteori rămân paralele, în efortul colectiv de a convieţui fără conflicte şi în atât de bine cunoscuta expresie " fiecare cu aia a m..., care de altfel nu prea funcţionează în spaţiul mioritic – carpatin, unde întotdeauna aia a celuilalt e mai..."

Cetăţeanul capitalei este grăbit mai tot timpul, încruntat, apăsat de griji şi de un ritm al vieţii pe care nici el nu-l mai înţelege, asta în timpul zilei când lumea obişnuieşte să lucreze. Seara, cluburile, berea, Jazz-ul, fumul / fumurile şi alte muzici dansante sau isterice pur şi simplu, destind puţin fruntea (cutanată... tânără...*neliniştită*...) cetăţeanului în căutarea – păstrarea - recuperarea identităţii. Bănuiesc că "Tânăr şi neliniştit" este unul dintre cele mai proaste, mai lungi şi mai liniştite seriale de popularizare în masă a "omului de tip nou", american / universal cu probleme de rezistenţă psihică la forme de căutare a identităţii. Nu ştiu de ce în multe din filmele americane se bea foarte mult, de regulă whisky, care are darul de a scăpa mintea omului de problemele atât de stresante de la serviciu - serviciu care poate să fie o firmă de avocatură, de marketing, etc., un holding cu răspunderi nelimitate, o slujbă devoratoare de energie, care responsabilizează personajul într-atât încât replicile se-adună firesc într-un spaţiu foarte mic şi intim: - Honey, I'm so tired, we'll see tomorrow! Asta când e cu soţia, care are prea multe pretenţii, căci scenele de relaxare cu amanta, sunt ceva mai dinamice şi mai încurajatoare ("Viaţa merită să fie trăită... trăieşte clipa... dacă nu acum, atunci când, etc.") Şansele cetăţeanului român de a intra în pielea personajului american responsabilizat, care bea whisky în faţa şemineului, aburit de căldură şi gândind la realitatea crudă a fiecărei zile de mâine, prins între taxe şi noi forme de creştere a eficienţei / productivităţii, nu sunt foarte mari. Doar dacă vin să toarne americanii, ceva filme la Buftea. Îmi permit totuşi să citez un amic, gândindu-mă la cârciumile şi bodegile noastre de cartier în care ***"Viaţa bate piaţa"***, cu siguranţă, sfidând orice legi ale unei economii şi vieţi democratice. ***Acolo, filmul rămâne o improvizaţie, iar realitatea e doar o scenă pentru manifestarea identităţii***. Există lumi care se adună-n mintea cetăţeanului. O oarecare stratificare a lor, "s-a pornit şi pe străzile capitalei". Apar categorii "identitare": "băieţii" de firme : publicitare, marketing, import -export, instrumente medicale, oale Zepter, cosmetice şi produse naturiste, hoteluri şi fraţi care le conduc etc., cu maşini lucitoare, unele bine puse la punct, altele cu firma pe ele; softiştii şi băieţii cu computerele, mai intelectuali şi neobosiţi, cu program prelungit în extensie continuă în faţa calculatorului, cu maşini economice de tip Tico, Matiz, Citroyen mic; puştii nemulţumiţi : rockeri întârziaţi şi confuzi, punkeri indiferenţi atunci când nu sunt violenţi, cu turul pantalonilor pe undeva aproape de pământ, "doamnele/ domnişoarele" de consumaţie, care-i înnebunesc pe tinerii şi bărbaţii mai nestăpîniţi ai capitalei şi nu numai, ca să fim sinceri chiar şi pe străinii veniţi în căutare de frumuseţi frustre şi naturale, plimbate ca pe nişte trofee pe cele câteva bulevarde mai spălate şi cu patina unor rămăşite din vechiul micului Paris.



Categoria cerşetorilor este una dintre cele care îţi creează probleme de re-cunoaştere a vreunei identităţi. Şi totuşi...aparent lipsiţi de identitate, cerşetorii ţi se-nşurubează în minte de dimineaţă, cum pleci la serviciu, şcoală, universitate etc. **Au devenit repere clare în traseul nostru zilnic şi prezenţa lor seamănă cu o oglindă care tot apare din loc în loc şi ne arată unde şi în ce fel ne-am pierdut conştiinţa, asemănarea cu Fiinţa**. Sunt foarte mulţi, raportat la posibilităţile tale financiare şi ajungi să-ţi epuizezi toate sentimentele şi tot măruntul înainte de a-i putea mulţumi "oarecum" pe toţi. Categorie speculativă, cerşetorii sunt mai rezistenţi ca mulţi dintre noi. Îşi îndură condiţia cu încăpăţânare pentru că nu mai pot, nu mai ştiu sau nu mai vor să facă altceva şi atunci nu le rămâne decât să supravieţuiască de pe urma profitului zilnic. Dumnezeu e mare şi e pentru toată lumea, chiar dacă în ultimul timp apare mai mult subliminal în implorările şi confesiunile lor. Subiectele rupte din viaţă: orfani sau alungaţi de părinţi, părinţii sau copiii bolnavi incurabil cu certificate xeroxate şi legate de gât sau de căruţul copiilor, ţigănuşi maltrataţi şi ciuntiţi, de câte-o mână sau picior, operaţii nereuşite sau aşteptate să reuşească cu ajutorul nostru, al trecătorilor / călătorilor, lipsa unui domiciliu, luat abuziv, poezii şi colinde repetate veşnic pentru înduioşarea şi îmbunarea sufletelor noastre de creştini: "Tatăl Nostru" spus în versuri sau pe muzică, - "Să vă trăiască familia şi copilaşii", - "Să aveţi noroc / reuşită / parte de dragoste şi baftă la examene şi la un băiat frumos şi cu bani, dacă pari a fi elevă sau studentă, toate acestea dezvoltă o narăţiune ce depăşeşte puterile noastre de concentrare la nevoile celuilalt sau a celui care îţi reclamă într-un fel sau altul că este în dificultate. Sunt deja eroi ale unor filme care-au "plonjat" în viţile lor, le-au descris şi "înfrumuseţat" discursurile zilnice, i-au numit ca pe actori în scenariile lor, construindu-le o identitate, dându-le posibilitatea să se recunoască fie şi pentru un timp atât de scurt.



Ei, cerşetorii, sunt, chiar dacă nu ne place că ştim asta, una dintre categoriile "identitare" la vedere, ne "agresează şi poluează vizual" fiecare zi a vieţii noastre.

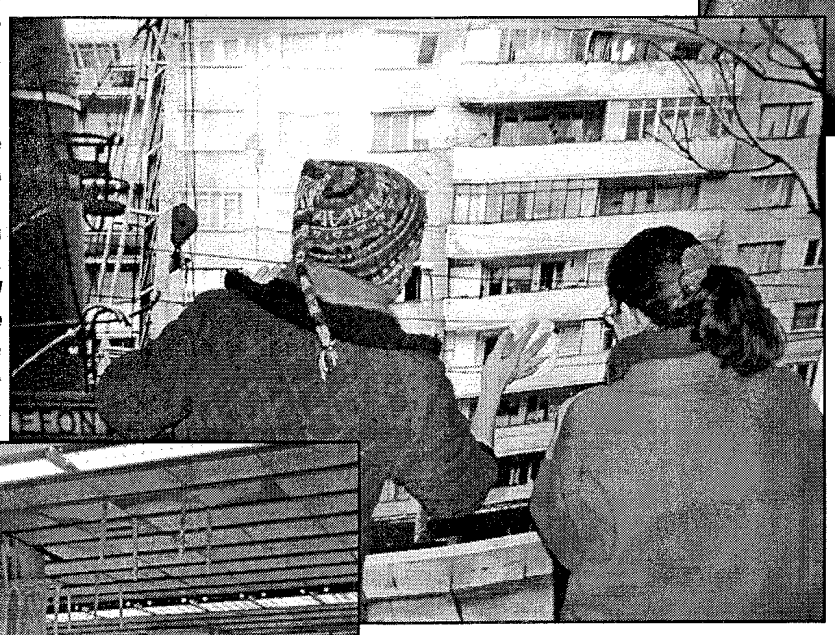
Noi, cetăţenii obişnuiţi, oftăm, contribuim, cât şi cu ce ne lasă inima şi bugetul, şi trecem mai departe, la fel de grăbiţi, spre treburile noastre. Puterea noastră de suportabilitate în faţa neputinţei e depăşită de forţa lor de a rezista unui context social (străin şi agresiv la rândul său) fără putinţa de a se integra.

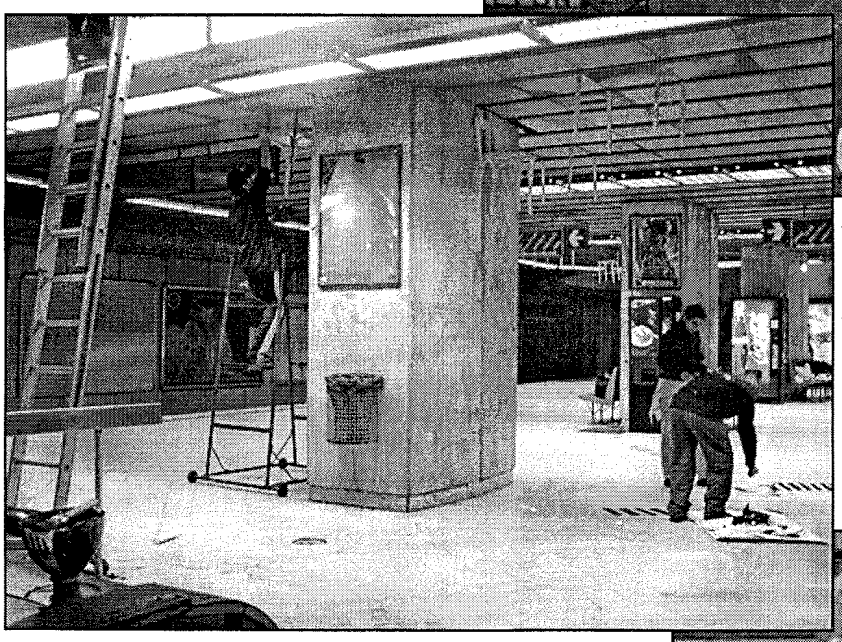
Categorii "identitare" ar mai fi şi sunt, mă gândesc de exemplu la ***categoria privaţilor*** (culturali şi nu numai), cetăţeni normali şi gânditori care tânjesc după

Forme de identitate urbană

Pasagerul *şi* timpul *său.*

"normalitatea" unei vieţi coerente şi proiectarea unui viitor; mulţi – puţini, aceştia se zbat între dorinţa de a-şi realiza proiecţiile şi stopurile / inerţia celor ce nu vor nimic care să le supună mintea la un alt tip de efort cu care au fost deja obişnuiţi 50 de ani buni > vezi ***categoria bugetarului (versus intelectualul care gândeşte şi se mişcă mult prea liber prin istorie)***, care ar merita câteva studii de caz. În cazul nostru, al domeniului cultural, personajul / "eroul" multiplicat în sute de exemplare, care înţelege cultura ca o formă de educaţie permanentă multilateral dezvoltată şi orientată tematic, într-un program de disciplină a muncii de la ora 8 la ora 16, impune, celui care vrea să cerceteze şi să construiască un sistem (din îndoieli, ipoteze, reveniri, semnale, experimente – "greşeli ale procesului creaţiei") un singur sens al (in)culturii: ***platitudinea unei formaţii de arhivar al istoriei şi paznic al unor pseudo-valori pentru care de cele mai multe ori a fost numit să le păzească***. O inadecvare la contextul căutării / creaţiei, sub pretextul "cu atâta mă plăteşte statul, atâta fac" sau "eu am o funcţie şi ştiu eu ce fac", pe care tu, de cele mai multe ori, mic, prost, nul, trebuie să le respecţi. Statul nu te poate plăti să faci cultură conform paradigmei "funcţia creează organul", şi nu de la el trebuie să aştepţi ceva în sensul ăsta. ***Politizarea actului cultural este o realitate pentru multe din instituţiile bugetare de cultură***, în care există mai multe categorii de administratori culturali, unii care încearcă, după noua modă a proiectelor, să





creeze o faţadă de cultură cu tuşeu european, cosmetizând discursuri de tip "Cântarea României" într-o narare modernistă târzie care se vrea a fi post-modernă, adică în pas cu vremea, şi care eşuează în forme de festivism cultural întreţinut cu agresivitate, alţii care nu încearcă nimic şi mai şterg din când în când de praf acţiunile care ar trebui să le confere legitimitatea actelor proprii în faţa vremurilor. Nu mă gândesc la grupuri, fundaţii, asociaţii, prieteni care reuşesc să spargă sistemul bugetar şi să obţină prin colaborări, proiecte personale, întâlniri providenţiale, victorii mici şi puţine, adesea obţinute cu sânge, nici la aceia care suportă sistemul încercând să-şi protejeze propriile libertăţi pentru a mai crea câte ceva. ***Aceia au de lucru, mult şi nu trebuie deranjaţi. Aceia se lovesc în fiecare dimineaţă de statura, impostura şi profilul bugetarului, trăiesc cu umilinţa dorinţei de a face, nestânjeniţi de politica actului cultural şi plătesc din plin pentru asta***. Înghit, obosesc, sunt pe pragul de a renunţa şi totuşi merg mai departe. Ar putea face parte din ***categoria inadaptaţilor***, care mişcă / împing lucrurile înainte, în pofida ***categoriei numeroase şi disciplinate a yes-manilor***, ţintuiţi în propriile frici şi neputinţe, agresivi în postura lor statică, "civilizată", de subordonat care aşteaptă să iasă Şeful la pensie, pentru că nu-şi pot permite să piardă un loc de muncă atât de greu de obţinut în condiţiile unei posibile - eterne restructurări.

Unde aş putea situa Pasajul, spaţiul subteran pe acest traseu, între ce categorii şi cărora le aparţine el? ***În pasaj, în spaţiul şi timpul său, devenim aceiaşi, deşi fiecare dintre noi reacţionăm diferit***, chiar dacă aici legile care funcţionează sunt unele care trimit la uniformizare şi serializare. ***Categoria pasagerului, definibilă într-un spaţiu şi timp strict limitat şi limitant, uniformizează şi produce o altă identitate.***

Proiectul care m-a obligat să-mi definesc această categorie identitară, se adresa pasagerului/călătorului din metroul bucureştean. Iniţial încadrat şi definit pentru o raportare vizuală, în care cultura imaginii(de la caz la caz pentru fiecare pasager) putea să aducă noi interpretări ale spaţiului construit vizual, în timpii construcţiei a primit o serie de suprapuneri din zone şi teritorii ale socialului, încadrabile antropologiei şi etnologiei urbane (tipuri de inter-acţiuni ale pasagerilor, ale lucrătorilor de muzeu, ale echipei, relaţii inter-umane construite în noul context / chestionare).

"Blocul de sub noi"- instalaţie / intervenţie în spaţiul public (staţia de metrou Universitate, perioada ianuarie-martie 2004), ca proiect dezvoltat în timpi ai unui work in progress, a încercat să provoace o reacţie la realitatea uniformizantă a blocului socialist, producător al unui autism colectiv în care cei mai mulţi dintre noi îşi trăiesc vieţile şi limitele: cutia gri a fiecăruia dintre noi, cutia din care plecăm şi în care ne întoarcem, pe care o cosmetizăm, decorîndu-ne interioarele şi în care ne exteriorizăm toate angoasele, încercând , forţaţi fiind de legi de comportament civic, să nu-i deranjăm pe ceilalţi. Nu am ca scop descrierea proiectului, încerc să schiţez o posibilă relaţie dintre pasager şi spaţiul nou creat, care capătă la rândul lui o altă identitate.

Repere / chei / semnale / concept

Opoziţii: comunicare / întâlnire / reacţie / mirare / surpriză

- interactivitate / provocare / deschidere / cuvânt / imagine (chip)

- atenţie la neatenţie / posibile semnale pentru o întoarcere la auto-reflexivitate

- îmblînzirea spaţiului / umanizarea socialului / remodelarea spaţiului / forme de rezistenţă la un autism colectiv alienant

- transformarea unui context neutru, toxic, agresiv, indiferent, specific / limitat şi limitant / reconstruirea lui într-un posibil loc de intersecţii cu alte limbaje decât cel oferit de spaţiul existent

- testarea şi provocarea unui alt tip de atitudine a cetăţeanului - pasager, într-un timp şi spaţiu bine delimitat şi limitant

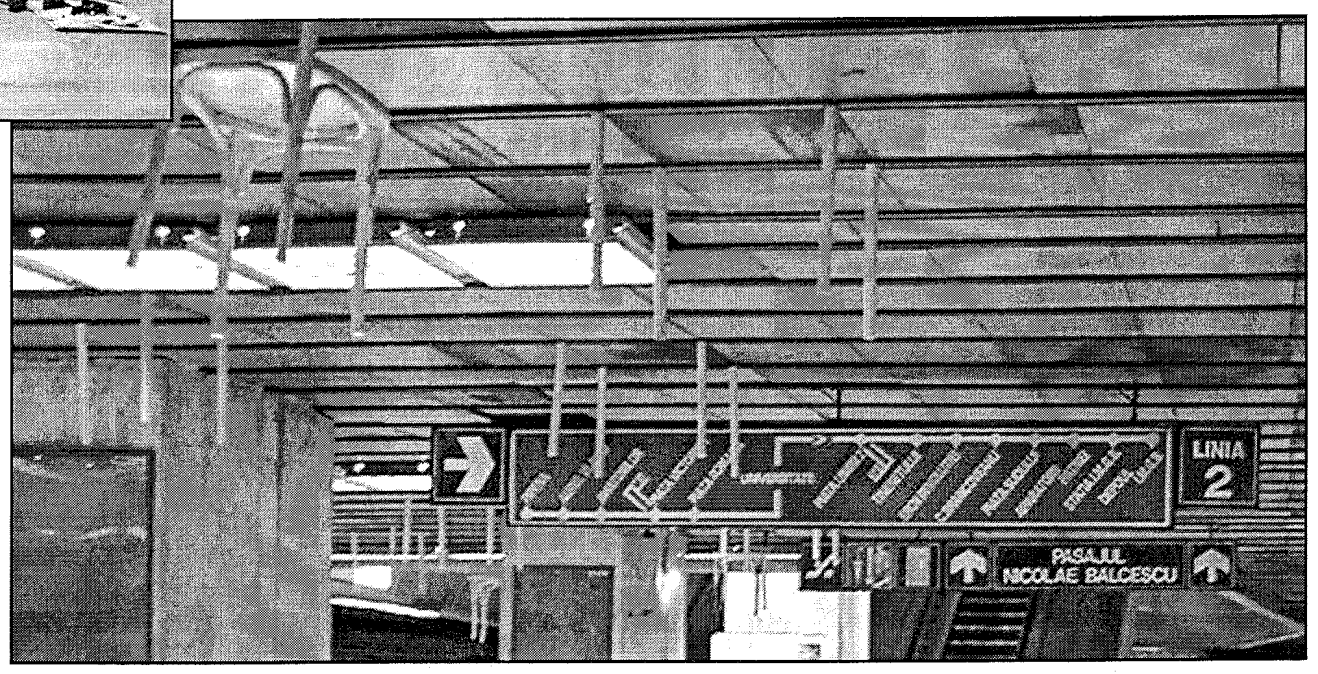
- reacţie la aplatizare, robotizare, ştergere, indiferenţă / profilul pasagerului (din metroul bucureştean)

- investirea unui spaţiu / context social, cu valenţe artistice / culturale printr-un limbaj vizual greu recognoscibil (instalaţia / work in progress, eseu vizual, colaj postmodern, obiecte ready –made / clişee pop art)

- inter-reacţia gestului / actului artistic cu spaţiul de trecere (strict delimitat)/ pasajul, care impune alte reguli de lecturare şi de integrare a formei de artă. > se creează o altă identitate a pasajului, spaţiului de trecere cu ajutorul vizualului / imaginii.

Argument pentru cucerirea spaţiului:

Echipa de lucru – constituită din prieteni, cu diferite specializări: artişti, scenografi, designeri în publicitate, programatori de soft, muzeografi, liber profesionişti - foşti copii cu probleme familiale, comercianţi, angajaţii Metrorex: atelierul tehnic, echipa de la plafoane, echipa de la intervenţii exterioare :zugrăveli, montaje pe stâlpi, agenţii de staţie, agenţii de pază angajaţi de Metrorex, personalul care asigură curăţenia , vânzătoarele de la cabine, directori de echipe şi de departamente (pentru aprobări), angajaţii Teatrului Masca...

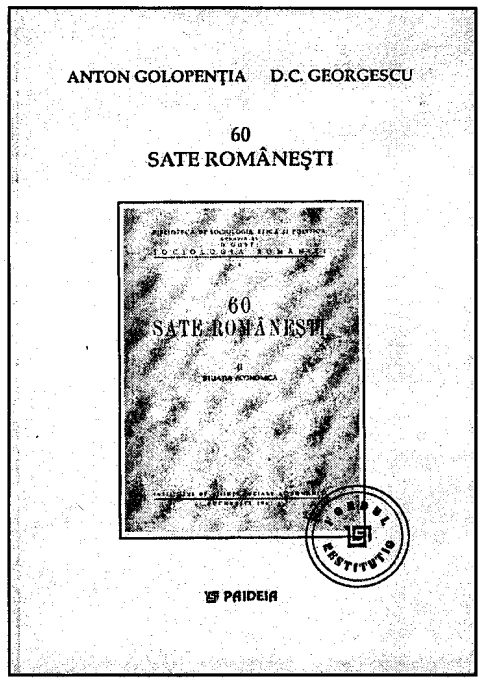


Pasagerul şi reacţiile sale: o receptare fragmentară

Conform paradigmei, deja citate: "viaţa bate piaţa", pasagerul a re-creat proiectul, de la writerii de grafitti şi fanii de artă tentantă / consumabilă, la călătorii care au răspuns provocării spaţiului reinvestit. Toţi aceştia schiţează profilul pasagerului implicat. Altfel, cetăţeanul capitalei rămâne adesea grăbit şi la suprafaţă şi în subteranele capitalei. Grăbit şi indiferent. Sub presiunea realităţii, sufocantă şi epuizantă, nu este atât de deschis schimbării, şi nu este dispus să facă eforturi şi concesii pentru un alt tip de receptare a unui spaţiu de tipul pasajului.

Lecturi paralele

Anton Golopenţia, D. C. Georgescu, 60 Sate Româneşti, reproducere după ediţia Institutul de Ştiinţe Sociale al României 1941, editată cu sprijinul Agenţiei Naţionale pentru Ştiinţă, Tehnologie şi Inovare, Editura Paideia 1999, 295 p.



"60 Sate Româneşti", cercetate de echipele studenţeşti în vara anului 1938, sub direcţia lui Anton Golopenţia şi al lui D. C. Georgescu reprezintă o lucrare reprodusă după ediţia *Institutul de Ştiinţe Sociale al României 1941*, şi face parte din Fondul Restitutio, prin care editura Paideia încearcă să readucă în circuitul valorilor cărţi rare într-o formă apropiată celei iniţiale.

Este de datoria tânărului cercetător care parcurge paginile acestei lucrări fundamentale pentru cercetarea sociologică să cunoască monumentala operă a ceea ce s-a numit pe drept cuvânt Şcoala Sociologică de la Bucureşti, dar şi cumplita şi nedreapta fractură în firul istoriei pe care a produs-o instaurarea regimului totalitar în anii 1950.

Trebuie amintit faptul că Dimitrie Gusti, Directorul Şcolii Sociologice de la Bucureşti, a fost în 1948, odată cu desfiinţarea sociologiei ca disciplină universitară, scos din învăţământ, exclus din Academia Română şi evacuat din chiar propria-i locuinţă.

O soartă la fel de nefericită a avut-o şi A. Golopenţia care încetează din viaţă ca deţinut politic în închisoarea Jilava.

Abia odată înţeleasă drama Şcolii Sociologice de la Bucureşti putem preţui la adevărata sa valoare bucuria pe care ne-o face editura Paideia din Bucureşti prin reeditarea acestei lucrări.

"60 Sate Româneşti" reprezintă o lucrare de cercetare monografică realizată şi condusă de sociologi care au lucrat şi s-au afirmat împreună cu D. Gusti.

Cercetările efectuate de echipele studenţeşti în 1938 asupra celor 60 de sate româneşti, realizate prin metoda anchetei sociologice, au fost conduse de A. Golopenţia şi D. C. Georgescu.

Această carte abordează, din perspectivă sociologică, situaţia economică a celor 60 de sate româneşti, evoluţia de după război a proprietăţii agricole, situaţia economică prezentă în momentul efectuării cercetărilor, analiza economică a gospodăriilor (bugetele ţărăneşti).

În loc de prefaţă cititorul găseşte un text apărut în AGORA-revista alternativă de cultură – volumul I, nr. 2/1988 "Un sat basarabean" semnat de A. Golopenţia, în care acesta considera "cercetările monografice ca fiind întreprinderi ştiinţifice, mijloc încercat pentru cunoaşterea mai cu deamănuntul a unor specimene tipice ale unor unităţi speciale interesante pentru motive principiale şi politice" p. I. Autorul nota că pentru cunoaşterea unor astfel de cercetări este nevoie de o bogată zestre teoretică şi tehnică în care să fie concentrat tot ce a fost descoperire efectivă a naturii realităţii sociale, a metodelor potrivite pentru cunoaşterea ei. Golopenţia era convins că toate cercetările monografice nu au fost numai întreprinderi ştiinţifice în sensul profund al cuvântului, faţa a doua a cercetărilor constituind-o viaţa monografiştilor cu satele, cu anume instituţii ţărăneşti, ducând în permanenţă o luptă plină de peripeţii cu satul fiinţă şi el şi de necuprins.

Lucrarea de faţă prezintă şi analizează problema fărâmiţării proprietăţilor agricole după război, evoluţia structurii proprietăţii ţărăneşti de la împroprietărire până în 1938.

Utilizând metoda anchetei sociologice coordonată de Golopenţia şi Georgescu, lucrarea prezentă continuă amănunţit analiza economică existentă în momentul efectuării cercetărilor: suprafaţa totală şi modul de folosire a terenului pe gospodării şi tipurile de gospodării, culturi, provincii istorice, inventarul mort (maşinile agricole, distribuţia regională, unelte elementare pentru lucrarea pamântului), inventarul viu (animalele mari, animalele mici, pasările si stupii), bugetele ţărăneşti ale gospodăriilor (venitul brut, cheltuielile exploatării, venitul agricol, veniturile anexe, consumul menajului şi al familiei, rentabilitatea).

"60 Sate Româneşti" încearcă să oglindească cifric, cât mai exact, situaţia economică a satelor româneşti studiate în acea perioadă. Golopenţia susţinea că "năzuinţa ultimă a cercetărilor monografice este întemeierea pe cunoaşterea adevărată a înţelegerii satului de cei din oraş, operă mai mult decât toate necesară. Satul e puţin cunoscut în România, deşi locuitorii oraşelor noastre se trag mai toţi de la ţară".

Cartea *"60 de Sate Româneşti"* se dovedeşte a fi atât prin exactitatea datelor, organizarea materialului, metodele utilizate, analizele, descrierile şi concluziile efectuate, o lucrare responsabilă, documentată, utilă, una dintre cele mai complexe lucrări dedicate satului românesc.

Daniela IANCU

"Fluierul" şi "ştergarul" - dincolo de obiectul etnografic

Se face adesea, din raţiuni didactice, o distincţie, mai de grabă formală, în interiorul ansamblului bine structurat al culturii populare, între manifestările de ordine "practică" şi cele de ordine "ideală", între cultura populară materială, exprimată în obiecte, lucruri (unelte, instalaţii, aşezări şi adăposturi, vestimentaţie, ustensile casnice din lemn, lut, metal etc.) şi cultura populară spirituală sau "imaterială" (determinantul apare în documentele UNESCO privind "protejarea patrimoniului imaterial", "capodoperele patrimoniului oral şi imaterial", proiect de anvergură mondială, despre care, din păcate, diriguitorii culturii de la noi par a nu fi informaţi sau interesaţi să se implice în chip mai transparent, prin specialiştii existenţi, deşi, din respect pentru adevăr trebuie spus că, la un moment dat, Comitetul Naţional Român U N E S C O şi F. N. Ş. A. au organizat o dezbatere pe această temă; în acel cadru am arătat că mi se pare mai adecvat termenul cultură "non-materială" în loc de "imaterială"), manifestată în forme de expresie verbală (legende, basme, urări, oraţii etc.), verbală şi muzicală (balade, doine, colinde, lamentaţii funebre etc.), muzical-cinetică (dansuri rituale şi nerituale, jocuri de copii etc.).

Fără a împinge disocierile mai departe, e limpede, cred, pentru oricine, că atât "fluierul" cât şi "ştergarul" aparţin culturii populare materiale, fiind "obiecte" în cel mai exact înţeles al cuvântului, rezultate ale activităţii manuale a oamenilor, elaborate ale unor procese de muncă, destinate unor funcţii practice, în împrejurări comune, obişnuite, de muncă sau sărbătoreşti, festive. Obiecte palpabile, care se adresează în primul rând privirii şi pe care ne aşteptăm să le întâlnim (le întâlnim) expuse în muzeele etnografice, oricare ar fi acestea, la târgurile meşterilor populari, la expoziţiile de profil, în albume de artă. În elaborarea, în producerea lor, creatorii/confecţionerii au făcut apel la părţi ale corpusului de cunoştinţe ("a body of knowledge", în formularea lui Dan Ben-Amos) dobândite şi transmise prin tradiţie, ca parte integrantă a culturii populare în ansamblu, privitoare la arbori, esenţe de lemn, tehnici de tăiere, de găurire, de măsurare, de şlefuire etc., pe de o parte, şi privitoare la fibrele textile vegetale sau animale, la tehnicile de obţinere a firului, de ţesut, de închindisit, de vopsit etc, pe de altă parte. La fel, fiecare din aceste obiecte încorporează o parte a modului de gândire ("mode of thought") specific grupului căruia creatorii lor îi aparţin, mentalităţii acestuia, felului său de a gândi lumea, macro- şi micro-cosmosul, în categorii larg filosofice (viaţă-moarte, început-sfârşit), practice (sus-jos, înainte-înapoi), etice (bine-rău, curat-necurat), religioase (sacru-profan) şi altele.

Toate aceste sumare consideraţii mi-au fost sugerate de studiile monografice semnate de Traian Ciuculescu, *Fluierul la români*, Centrul Creaţiei Populare al Judeţului Argeş, Editura "Paralela 45", 2001, şi de Zina Şofransky, *Ştergarul tradiţional moldovenesc*, "Bibiotheca Thracologica" XXXIV, Bucureşti/Chişinău, 2002. Deşi deosebite prin obiectul concret de studiu, cele două lucrări au multe în comun, autorii împărtăşind o atitudine asemănătoare în tratarea acestuia, dominată, pe de o parte, de o neascunsă iubire faţă de *lucrurile* despre care scriu, văzute în calitatea lor de exponate dacă nu neapărat definitorii cel puţin sensibil reprezentative ale culturii populare, tradiţionale româneşti. "Fluierul a ocupat un loc aparte în viaţa spirituală a poporului român" acest "străvechi instrument" fiind "cel mai apropiat şi cel mai drag sufletului omului din popor...", în timp ce ştergarul, "această piesă, simplă doar la prima vedere, comportă multiple şi variate semnificaţii legate indisolubil şi determinate de o mulţime de factori între care cei istorici şi social-economici au o pondere deosebit de importantă".

Ataşamentul pentru cele două obiecte etnografice vine, desigur, şi din profunda, minuţioasa, apropiata lor cunoaştere. Traian Ciuculescu este el însuşi un cunoscut şi apreciat constructor de fluiere, cântă la acest instrument cu virtuozitate, instruieşte formaţii de fluieraşi din judeţul Argeş, cu care a obţinut numeroase premii. Zina Şofransky are vocaţia cercetării ştiinţifice, cartea sa despre ştergarul moldovenesc fiind, de fapt, teza de doctorat elaborată în cadrul Institutului de la Chişinău, sub îndrumarea acad. Valentin Zelenciuc, dar nu mă îndoiesc că etnograful se pricepe la fel de bine şi la ţesut, ales, cusut, şi la conservarea şi expunerea respectivelor obiecte în muzeele etnografice.

Se constată, în ambele studii, un efort notabil de depăşire a descriptivismului excesiv imputat studiilor etnografice "tradiţionale", deşi *descrierea* este considerată a fi modalitatea proprie a etnografiei. "Oricum ar fi, concisă sau detaliată [...], descrierea impune saturare şi mai ales ordonare şi clasificare. [...] Ea constă într-un mod anume de decupare şi disecţie a realului, ori mai curând de construcţie a acestuia din urmă: clasarea şi asocierea prin analogie, dar mai ales prin contiguitate" (Laplantine, François, *Descrierea etnografică*, 2000 .. 61). În aceste coordonate, nu puteau să lipsească, desigur, capitole despre "vechimea şi istoricul fluierului românesc" şi, respectiv, despre "ştergarul tradiţional românesc din trecut şi din prezent", dublat de "notiţe preliminare de ordin istoric" despre ştergarul din Basarabia şi Transnistria; despre funcţiile celor două obiecte etnografice în viaţa de zi cu zi şi în segmentele sărbătoreşti ale timpului ("fluierul şi viaţa păstorească", "fluierul în obiceiurile Crăciunului şi Anului Nou", "de primăvară", "de înmormântare" etc., respectiv "ştergarul în gospodăria ţărănească", "ştergarul de port", "ştergarul ceremonial", "ştergarul de cult" etc.); despre tehnicile specifice de lucrare a fluierelor şi, respectiv, despre materia primă, ţesutul şi confecţionarea ştergarelor ş. a. m. d. De fapt, prin atenţia acordată fiecărui detaliu, autorii răspund unei cerinţe de bază a cercetării, anume exhaustarea materialului, în aşa fel încât cititorul află, poate cu uimire, despre diversitatea instrumentelor de suflat populare, de la cele mai simple, la început jucării sau pseudo-instrumente ("nuca găurită") la cele mai complicate, precum "fluierul gemănat", care se realizează "prin alăturarea ţevilor a două fluiere obişnuite, de aceeaşi lungime. Unul este prevăzut cu orificii pentru degete, iar celălalt emite un singur sunet (fundamentala gamei în care este acordat) care are menirea de a-l acompania pe primul, motiv pentru care i se mai spune şi «fluier de ison", sau despre un ritual de trecere modern, legat de plecarea tinerilor la armată (zic 'modern', pentru că serviciul militar regulat s-a impus relativ târziu, pe scara timpului, în condiţii istorico-sociale cunoscute) în care ştergarul ocupă un loc însemnat: se citează, astfel, o mărturie din 1666 care arată că "în satul Petreşti (Transilvania) de gâtul feciorilor plecaţi la cătane, «în slujbă la-mpăratu'» li se agăţau ştergare şi batiste ca talismane menite să-i apere de rele", după cum recrutului în armata rusească "i se da o pereche de colaci, îl legau cu un ştergar ... îl dăruiau cu bani şi *mânăştergure (prosoape)*".

Cât despre tendinţa de *depăşire a etnografismului pur*, notez că Traian Ciuculescu realizează, în premieră, un mic dicţionar al formaţiilor, al fluieraşilor profesionişti şi amatori (de la Ilie Cazacu din Fundu-Moldovei, Suceava, descoperit în 1928 de Constantin Brăiloiu, la virtuozul Dumitru Zamfira, din Novaci, Gorj) şi al constructorilor de fluiere (de la Constantin Dinuţ Antonie, din Urşani, Horezu, Vâlcea, la Dumitru Tărtăreanu, din Vaideeni, Vâlcea), precum şi, un unic, din câte ştiu eu, manual de învăţare a cântatului la fluier, o *metodă de fluier*!

Zina Şofransky adaugă minuţioasei analize a ştergarului scheme şi schiţe de aplicare a metodelor fizice şi chimice în identificarea obiectelor etnografice, precum şi dense pagini de interpretare a semanticii şi simbolicii ornamentelor tradiţionale cu accent pe cele arhaice, precum *pomul vieţii* şi *zeiţa-mamă*, urmărind cu tenacitate găsirea de noi argumente întru susţinerea tezei cu privire la unitatea structurală, de origine şi semnificaţie, a culturii populare româneşti: "Rădăcinile artei populare moldoveneşti [...] sunt comune cu cele din tot arealul românesc, pe care le-am moştenit de la daco-romani şi de la populaţiile premergătoare lor", iar "semantica şi simbolica, ornamentica, elementele deco-

rative din arealul pruto-nistrean" sunt parte integrantă a culturii româneşti.

Condusă de principii teoretice ferme, investigaţia ştiinţifică descoperă, în obiectul etnografic concret, semnificaţiile de profunzime ale unor semne culturale şi simboluri arhaice, păstrate miraculos în bucata de lemn transformată în fluier sau în petecul de pânză înflorată cu care tânăra nevastă îşi acoperă capul.

Nicolae CONSTANTINESCU

Sărbătoarea noastră cea de toate zilele. Performări rurale - performări urbane

După o lungă perioadă de domnie a spaţiului exotic (insulele din Pacific, rezervaţiile indienilor nord-americani ori Africa neagră), după o legitimată întoarcere acasă (*anthropology at home*) reclamată de propriile comunităţi tradiţionale ale societăţilor europene, este rândul *spaţiului urban* să centreze atenţia studiilor etnologice şi antropologice asupra realităţilor sale intrinseci. Schimbările se înregistrează pe toate nivelele, dar ele se repercutează în final asupra palierului mentalitar, astfel încât cele mai complexe studii de antropologia urbanului pornesc de aici, de la reprezentările colective şi mentalitarul urbanului.

Un *caz* aparte - şi substantivul folosit aici este unul dublu conotativ, în sensul că ar putea reclama şi o abordare psihanalitică a conjuncturii, formulând cu adevărat un *caz*, dar şi în calitate de subiect de discuţie extrem de fructuos - este conturat de cadrele generale ale *sărbătorii*. Moment augural şi inaugural, sărbătoarea fundamentează un cronotop ce reclamă deopotrivă trăirea în individualitate şi colectivitate, în social şi cultural. Tocmai de aceea, sărbătoarea impune puncte de vedere multiple, abordări interdisciplinare şi semantizări poliedrice.

Desigur, configurarea unui moment atât de încărcat de semnificaţii cum este sărbătoarea a generat multe studii şi abordări. Fascinanta *Practică a fericirii* a lui Paul Drogeanu a deschis chiar un soi de plăcere specială a cercetătorilor către studierea cât mai vastă a sărbătorii, pe paliere multiple. Cu un material extrem de bogat în bibliografie sau studii de teren, cele mai multe dintre ele s-au axat pe spaţiul rural şi mai ales pe acea secţiune a trăirii sociale care este cunoscută drept *societatea tradiţională*, şi care putea pune la dispoziţia cercetătorilor coordonate nebănuit de productive pentru redactarea unor concluzii.

Anii din urmă, însă, au dislocat atenţia etnologilor dinspre rural spre urban, şi astfel au apărut primele studii de antropologie sau etnologie a urbanului care au marcat ca centru de interes *sărbătoarea urbană*, aşa cum este ea receptată, trăită, configurată şi asumată de colectivitatea urbană.

Primele discuţii au pornit de la *reinventarea tradiţiilor* şi de la repunerea în circuit a unor sărbători pe care presiunile ideologice şi opreliştile socialiste le-au confiscat în mod brutal. Odată cu reapropierea sau întoarcerea la biserică, fie ea ortodoxă sau catolică, orăşenii şi-au amintit valoarea spirituală a "ţinerii" sărbătorii; desigur, firesc, imediat au început să apară sincopele sau, din contră, exagerările prin importul de sărbători inexistente într-un spaţiu şi calchiate după alte spaţii, cu alte tradiţii; un alt fenomen interesant este importul de sărbători occidentale, iar aici promovarea mass-media care se face unor sărbători de tipul Valentine's Day sau Haloween este mai mult decât ilustrativă; în fine, caracteristică teritoriului urban pare a fi trăirea colectivă, deseori vecină cu dionisiacul, mereu finalizată cu festivisme pe scară largă (un exemplu bun ar putea fi, pe de o parte, sărbătorile religioase finalizate cu pelerinaje, care includ nu doar oportunismul individual, ci merg până la carnavalul politic, dar şi mediatizarea masivă a unor sărbători precum Sfântul Andrei, prilej de sărbătorire a numelui pentru toate vedetele de muzică, film sau televiziune).

Astfel că, într-un astfel de climat de mari efervescenţe, unele ţinând cu orice preţ să refacă legătura cu societatea folclorică, altele, din contră, inovând la maximum, este tot mai vizibilă o necesitate acută: cea a posibilităţii consultării unui *ghid al sărbătorii* şi a unui *ghid al sărbătorilor*, nu foarte sofisticat, pentru a asigura accesul larg al consumatorilor, dar nici simplist, pentru a nu lăsa loc diletanţilor să falsifice adevărata valoare a actului sărbătoresc. Aici îşi găseşte locul, încercând să răspundă unor necesităţi obiective, marcate istoric şi cultural, încercarea de abordare a unei *sărbători de toate zilele*, deschisă tuturor, dar legitimată cultural pe bazele solide ale cercetării ştiinţifice.

Încercarea aparţine reputatei etnografe Narcisa Ştiucă şi se numeşte chiar aşa: *Sărbătoarea noastră cea de toate zilele*, vol. I - *sfârşit de an, început de an*. Face parte din *Cunoştinţele la îndemână* ale unor volume - enciclopedii practice editate sub sigla *Cărţii de buzunar*. Primul volum al acestei lucrări încearcă, aşadar, să răspundă unei simple întrebări de tipul *Ce este sărbătoarea*, care însă se dovedeşte a avea răspunsuri complexe, încăpătoare, de largă perspectivă. Textul cărţii trimite la rostul sărbătorii, la sentimentele pe care le generează şi la un anumit timp şi spaţiu al sărbătorii, ce produce o trăire de maximă intensitate a bucuriei.

Semnificativă ni s-a părut chiar încadrarea volumului: el debutează cu o întrebare care prin ea însăşi transcende cadrele individualului, sincroniei şi ruralului, situându-se, discret, în social, diacronie, urban: "Ce este sau ce poate însemna pentru omul contemporan o sărbătoare?" (p. 3). Răspunsul se clădeşte prin tehnica literar-poetică a bulgărelui de zăpadă: sărbătoarea este amintire şi inaugurare, ordine şi echilibru, întemeiere şi consacrare, prăznuire şi istorie trăită, pentru a culmina cu două dintre atributele sale definitorii: festivitatea şi ceremonia (p. 3).

Firesc, volumul intră în substanţa coerentă a subiectului: se porneşte de la calendar şi de la importanţa lui în efortul de ordonare a lumii, de la cele două calendare - calendarul creştin oficial şi calendarul popular - trecându-se prin toate celelalte calendare generate de o existenţă arhetipală: calendarul agrar, calendarul păstoresc, calendarul apicol şi calendarul pomiviticol. Lecţia despre calendar culminează cu calendarul babelor, atât de drastic păzit mai ales de femei....

Concluzia primă vine firesc: "la români, sărbătorile impuse de biserica creştină au un substrat arhaic, înglobând şi alte elemente (mitice, magice religioase, sociale) ce transpar din denumirea, dar şi din practicarea lor" (pag. 5).

Urmează o trecere în revistă documentată, cu repere trainice în cultura populară românească, a sărbătorilor cuprinse între 1 septrembrie (Anul Nou bisericesc) şi 6 ianuarie (Boboteaza), cu opriri liniştite şi frumos spuse din condei, pentru placul cititorilor, dar fără ca amănuntele să se îndepărteze vreun moment de la rigoarea argumentului etnografic. Sfântul Andrei şi Sfântul Nicolae, Ajunul Crăciunului şi colindatul, Sfântul Praznic al Crăciunului, Naşterea Domnului şi toate poveştile sfinte ale Naşterii, pomul de Crăciun şi petrecerile de sărbători, Boboteaza şi Sfântul Ioan Botezătorul, toate sunt secvenţe ale unui timp care încheie un ciclu şi reîncepe altul, mai primenit, de bun augur.

Ne simţim datori să mai revenim o dată asupra finalităţii acestei abordări etnologice a sărbătorilor româneşti, situate în calendarul tradiţional la întretăierea calendarului creştinesc cu cel folcloric. Iar această finalitate este subsumată perfect stilului în care curge textul: simplu, direct, dar foarte apropiat de cititor, decis să răspundă gusturilor unei largi palete de lectori avizaţi şi neavizaţi, toţi la fel de interesaţi de semantica sărbătorilor de iarnă, dar fiecare dintre ei cu un alt orizont de cunoaştere. Tocmai de aceea, convinşi de utilitatea unor astfel de demersuri culturale, aşteptăm, interesaţi, volumul al doilea, dedicat, probabil, sărbătorilor de primăvară.

Camelia BURGHELE

Francois de Singly, Alain Blanchet, Anne Gotman, Jean – Claude Kaufman, Ancheta şi Metodele ei: Chestionarul, Interviul de producere a datelor, Interviul comprehensiv, ediţie îngrijită de Elisabeta Stănciulescu, Editura Polirom, Iaşi, 1998, 321 p.

Ancheta şi Metodele ei: Chestionarul, Interviul de producere a datelor, Interviul, comprehensiv, reuneşte trei lucrări de metodologie, realizate de profesori şi cercetători francezi din domeniul sociologiei şi al psihologiei.

Autorii discută în cadrul acestui volum, modalităţi de realizare a unei anchete sociologice, utilizând atât metode tehnice clasice (chestionarul, interviul de producere a datelor), cât şi o metodă originală (interviul comprehensiv).

În prefaţă , Elisabeta Stănciulescu consideră că lucrarea "acoperă o nevoie de contact a specialistului în formare dar şi a utilizatorului de anchete socio-umane cu cercetarea vie"(p.6).

Fiecare din cele trei părţi cuprinde descrieri amănunţite, ale unor practici de anchetă, selectate de profesori cu o bogată şi îndelungată experienţă de cercetare. Contactul cu realitatea vie reprezintă în cadrul cercetării o condiţie ştiinţifică a cunoaşterii faptelor socio-umane. Tocmai de aceea, regulile prezentate de autori, nu trebuie înţelese ca elemente ale unui model perfect ce se impune a fi aplicat întocmai în anumite condiţii, ci ca experienţe vii, trăite de oameni în teren. "Având ca obiectiv producerea unei cunoaşteri ştiinţifice, ancheta prin chestionar nu se situează la un nivel exclusiv empiric. Ea angajează un punct de vedere teoretic, o viziune asupra lumii, potrivit căreia socialul este socialmente determinat (un fapt social este determinat de alte fapte sociale)" susţine François de Singly, p. 29.

Singly se ocupă de metoda chestionarului, analizând pe capitole: "La ce serveşte producerea de cifre", "Modalităţi de elaborare a chestionarului: Rolul determinanţilor sociali", "Alcătuirea chestionarului: Regulile chestionării", "Exploatarea chestionarului". Autorul reuşeşte să fixeze etapele unei anchete prin chestionar: "fabricarea, aplicarea codarea exploatarea – principiile operaţionalizării unei problematici sociologice" p. 105.

Chestionarul urmăreşte să realizeze explicarea conduitei (identificarea factorilor determinanţi), în timp ce interviul reprezintă un instrument pentru înţelegerea comportamentului (identificarea motivaţiilor a scopurilor). "Ca tehnică de anchetă, interviul a luat naştere din nevoia de a stabili un raport suficient de egalitar între anchetator şi anchetat astfel încât acesta din urmă să nu se simtă constrâns să dea informaţii ca la un interogatoriu" p.113.

Alain Blanchet şi Anne Gotman, pe de altă parte, analizează detaliat metoda interviului arătând condiţiile pe care acesta trebuie să le respecte pentru a fi validă, pregătirea anchetei şi modul de realizare al acesteia, pornind chiar de la premisa că "trebuie înţeles că nu există o metodă unică de realizare a interviului ci mai multe", scopul principal fiind acela de a realiza o perfecţionare a metodei.

La rândul său, Kaufman descrie interviul comprehensiv ca "fiind o metodă creativă fundamentată pe suplețea instrumentelor" :293. Deşi suplu, interviul comprehensiv reclamă multă muncă şi rigoare. "Obiectivul principal al metodei este producerea de teorie în acord cu exigenţa formulată de N. Elias: o articulare cât mai fină între date şi ipoteze, cu atât mai creatoare cu cât este înrădăcinată în fapte": 203). Demersul comprehensiv se bazează pe ideea că oamenii nu sunt doar agenţi purtători de structuri, ci producători activi ai socialului, deci posesori ai unei cunoaşteri care trebuie analizată din interior prin intermediul valorilor proprii indivizilor. Activitatea sociologică nu se mărgineşte la această etapă, cercetătorul continuând să interpreteze şi explice pornind de la datele culese. Înţelegerea persoanei nu este decât un instrument, scopul sociologului fiind explicarea comprehensivă a socialului.

Autorii celor trei lucrări grupate în acest volum susţin necesitatea unui pluralism metodologic, subliniind ideea că nu există o metodă unică a ştiinţelor socio-umane, în fiecare anchetă în parte impunându-se folosirea unei combinaţii specifice de procedee.

Concepută în special pentru uzul studenţilor din domeniul ştiinţelor sociale, lucrarea se adresează şi altor categorii: candidaţi la licenţă, doctorat şi chiar cercetătorilor cu experienţă.

Singly, Blanchet, Gotman şi Kaufman analizează, argumentează şi practică ipostaza sociologului cercetător stăpân pe o bogată cultură teoretică, capabil de inventivitate metodologică. Autorii mai sus citaţi ne demonstrează că sociologia nu se poate dezvolta ca speculaţie pură, ci numai utilizând cercetarea empirică, dar în acelaşi timp ne atrag atenţia că nici o anchetă de teren serioasă nu se poate dispensa de reconstrucţia teoretică continuă a obiectului, ori de autoreflexivitatea epistemologică.

Ca o concluzie, putem afirma că volumul de faţă aduce o contribuţie decisivă prin ideile oferite atât pentru metodologia cercetării cât şi pentru reflexivitatea teoretică, fiind un necesar instrument de lucru pentru oricine se apropie de acest domeniu atât de fascinant care este sociologia aplicată.

Daniela IANCU

Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj

Lecturi paralele

Contribuţii la bibliografia folclorului românesc

Nicolae
CONSTANTINESCU

Aşa cum arătam în prezentarea celui de-al doilea volum din *Bibliografia generală a etnografiei şi folclorului românesc (1892-1904)*, realizată, cu decenii în urmă, de un colectiv condus de Adrian Fochi şi publicată, în anul 2002, de Iordan Datcu la Editura Saeculum I. O. condusă de I. Oprişan, trei sunt condiţiile sine-qua-non ale constituirii oricărei ştiinţe: definirea cât mai exactă a domeniului, a obiectului de studiu, utilizarea unor metode şi tehnici de cercetare adecvate obiectului şi elaborarea instrumentelor de lucru specifice. Folcloristica şi etnografia românească au parcurs, în timp, etapele necesare emancipării lor ca discipline ştiinţifice autonome, contribuţii notabile având, în acest sens, mari cărturari şi specialişti de la B. P. Hasdeu şi Ovid Densusianu la C. Brăiloiu, D. Caracostea, P. Caraman, I. Muşlea, Romulus Vuia, în epoca interbelică şi, pe urmele lor, Ovidiu Bârlea, Valer Butură, Adrian Fochi, Mihai Pop, Ion Vlăduţiu, Gheorghe Vrabie, Romulus Vulcănescu, dintre cei care nu se mai află printre noi, apoi Al. I. Amzulescu, Iordan Datcu, D. Pop, Ion Taloş şi alţii (scuze pentru inevitabilele omisiuni, dar cei care sunt în profesie îi cunosc bine pe "ctitori"), precum şi reprezentanţi ai generaţiei imediat următoare, a "şaizeciştilor", şi chiar mai tineri.

Sigur că necesitatea elaborării unor istorii ale disciplinei, unor dicţionare de personalităţi şi a unei bibliografii a scrierilor din domeniu s-a impus abia atunci când etnografia şi folcloristica se vor fi înfiripat îndeajuns, nu doar ca număr de contribuţii, dar şi, mai ales, ca substanţă, trecându-se de la culegerile întâmplătoare la marile colecţii de literatură şi muzică populară, de la comentariile mărunte la marile studii de orientare şi de sinteză care le vor marca destinul (vezi Nicolae Constantinescu, *Recuperarea unui important instrument de lucru: "Bibliografia generală a etnografiei şi folclorului românesc" vol. II (1892-1904)*, "Adevărul literar şi artistic", anul XI, nr. 640, 29 oct. 2002 .. 12).

Instrument de lucru pentru a cărui utilitate nu este, cred, nevoie de nici o pledoarie, bibliografia - una bine făcută - stă mărturie mersului disciplinei în timp şi reprezintă sprijinul cel mai preţios pe care autorii de studii particulare sau de sinteze cuprinzătoare îl pot primi în munca lor. Să observăm că primele "Note bibliografice", care se situează la începutul bibliografiei curente a folclorului românesc, au fost publicate de către S. Teodorescu-Kirileanu, în prima revistă specializată de folclor, de tradiţii şi artă populară, "Şezătoarea" (1892-1929), în 1902, adică în urmă cu 100 de ani. Timp în care *bibliografia generală* a ajuns la doar *al doilea volum*, oprindu-se la *anul 1904*, ceea ce înseamnă că bibliografii au de parcurs, de fişat, de ordonat fix *un secol* de cercetare etnografică şi folcloristică românească. Un secol în care cercetarea de profil a atins apogeul dezvoltării sale, trecându-se decisiv la profesionalizare, la învăţământ de specialitate, la cercetare instituţionalizată. Aproape jumătate din întinderea acestei sute de ani este cuprinsă în lucrarea *Creaţia populară românească. Lucrări editate de centrele judeţene ale creaţiei populare (1954 - 2002)*. Bibliografie întocmită de Stelian Cârstean, apărută în colecţia "Anotimpuri culturale" editată de Centrul Naţional pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale, 2003, 239 p.

Întocmitorul acestui admirabil instrument de lucru, dr. Stelian Cârstean, unul dintre studenţii şi doctoranzii favoriţi ai Profesorului Mihai Pop, evocat cu căldură în "Argument", ca unul dintre sprijinitorii fervenţi şi îndrumătorii competenţi ai activităţii centrelor creaţiei populare din anii '60 - '70 ai secolului XX, pune în relaţie acţiunea de cercetare, culegere, editare a unor ample segmente ale culturii populare româneşti prin aceste instituţii cu aceea întreprinsă, în cu totul alte coordonate istorico-sociale, de "monografiştii" din Şcoala D. Gusti: "Socotim că, după inegalabila epocă inaugurată de Şcoala Sociologică de la Bucureşti, perioada la care se raportează investigaţia noastră constituie o a doua etapă semnificativă privind creşterea interesului pentru definirea identităţii locale în domeniul cercetării etnografice şi folclorice româneşti, interes manifestat cu prioritate în cercetarea monografică de teren" (p. 11).

Într-adevăr, acum, când avem în faţă această largă panoramă a investigaţiilor etnografice şi folclorice desfăşurate, începând cu anul 1954, de Casa Centrală a Creaţiei Populare şi de filialele ei judeţene, continuate, din 1990 de Centrul Naţional de Conservare şi Valorificare a Tradiţiei şi Creaţiei Populare (condus, până la prematura sa trecere în lumea umbrelor, de Victor Parhon), devenit, în 2003, Centrul Naţional pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale (director Oana Petrică), sub a cărui egidă apare bibliografia pe care o comentăm, putem constata că activitatea "ne-profesioniştilor" ("înţelegem prin acest termen - scrie Stelian Cârstean - nu lipsa de profesionalism a celor implicaţi, cât faptul că profesia de bază a acestora era, sau este, alta decât cercetarea etnofolclorică", p. 8) s-a desfăşurat, încă de la început, sub îndrumarea sau în colaborare cu profesioniştii cei mai prestigioşi din institutele de cercetare şi din universităţi. S-ar putea spune că, deşi instituţional cercetarea etno-folclorică s-a derulat şi se derulează încă pe "felii", în secţiuni adesea paralele (institute academice, universităţi, centre de conservare, muzee), prin prezenţe individuale se realizează, dacă nu o coordonare a activităţilor, măcar o conlucrare a forţelor implicate în amplul proces de cunoaştere, păstrare şi înţelegere a culturii populare româneşti.

Bibliografia întocmită de Stelian Cârstean cuprinde nu mai puţin de **634 de titluri**, ceea ce înseamnă o "recoltă" destul de bogată (în medie 12 apariţii pe an), la strângerea căreia au trudit sute de folclorişti, etnografi, etnomuzicologi, etnocoreologi, mulţi dintre ei reţinuţi, şi astfel învestiţi cu calitatea de etnolog, tocmai datorită lucrărilor publicate prin casa centrală şi casele judeţene ale creaţiei populare, în cele trei volume din *Dicţionarul etnologilor români* de Iordan Datcu. Judecata acestuia, în legătură cu o parte din cărţile inventariate de Stelian Cârstean, este destul de aspră. Citim, astfel, în secţiunea "Instituţii" a *Dicţionarului ...*, vol. III, 2001, p. 230, sub "Casa Centrală a Creaţiei Populare": "A tipărit un număr considerabil de cărţi de folclor nou, improvizaţii pedestre ale unor activişti culturali despe *viaţa nouă, bucuria, bogăţia* şi *tinereţea* ţării, despre traiul *luminos* adus de comunism pe meleagurile României". După ce dă o listă cu câteva zeci de titluri de astfel de lucrări, care susţin, în parte, aprecierile de mai sus (*Bogată şi tânără-i ţara*, Bucureşti, 1961; *Bucurie, mândră floare*, Suceava, 1962; *Spune, Argeş, spune tu/Cum a fost şi cum i-acu,* Piteşti, 1962; *Bucurii de viaţă nouă*, Braşov, 1963; *Viaţă nouă, cântec nou*, Oradea, 1964 etc. etc.) autorul notează: "Cititorul contemporan, interesat cumva de aceste falsuri, nu trebuie să apeleze la volume ca acestea citate de noi, ci îşi poate face o impresie asupra amintitei producţii prin studiul doamnei Nicoleta Coatu, un excelent studiu de altfel, *Lirica populară românească cu tematică actuală - clasificarea tematică a variantelor motivice* (1984), structurat pe bibliografia volumelor tipărite sub egida CCCP". Nu încape nici o îndoială că multe dintre culegerile de "poezii populare cu tematică actuală" erau "confecţionate" ad-hoc, de "condeieri" plătiţi pentru aceasta, care răspundeau, "din străfundul inimii" comenzii ideologice a timpului, elaborând, în acest fel, cu bună ştiinţă sau purtaţi, pur şi simplu de valurile vremii, un segment important al culturii oficiale, al literaturii de partid, proiectată la secţia de propagandă a CC al PCR. Aceasta cu atât mai mult cu cât Casa Centrală şi Casele Judeţene ale Creaţiei Populare s-au aflat sub controlul direct al Consiliului Culturii şi Educaţiei Socialiste, vectorul esenţial al ideologiei şi propagandei de partid. Dar nu trebuie ignorată sau minimalizată nici latura pozitivă a fenomenului, subliniată cu *fair-play* de comentator: "Sigur este că au apărut sub egida CCCP şi multe cărţi de bună ţinută ştiinţifică, aşa cum sunt cele semnate de Aurelian Popescu, V. Cărăbiş, Dumitru Pop, Mihai Pop, Gh. Pavelescu, Zamfir Dejeu, Iosif Herţea, István Almási, Eugenia Cernea, Sigismund Seifert, Gh. Popescu-Judeţ, Constantin Costea, Emeric Dombi, Tancred Bănăţeanu, Nicolae Dunăre, Radu Octavian Maier, Paul Petrescu, Georgeta Stoica, Dumitru Jompan ş. a." (ar fi sugestiv de comparat cu lista lui Stelian Cârstean de la p. 9!).

Oricum, bibliografia lucrărilor editate de centrele judeţene ale creaţiei populare (dar şi de Casa Centrală, respectiv Centrul Naţional), atestă preocuparea constantă a unui mare număr de intelectuali pentru cultura populară românească, tradiţională şi nouă, iar culegerile şi monografiile locale trebuie luate ca documente etnologice de cea mai mare importanţă pentru o întinsă perioadă din istoria contemporană a României. Din acest punct de vedere, culegerile şi studiile de folclor publicate de instituţiile menţionate s-ar înscrie mai de grabă în seria cercetărilor întreprinse, începând cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea de "învăţătorii folclorişti", cadre didactice, preoţi, funcţionari din mediul rural care s-au nevoit a scoate la lumină "comoara satelor" lor, "floricelele", "trandafirii şi viorele" de pe meleagurile natale. E drept că pe contul lor şi fără vreo intruziune de la "centru"!

Cele trei "argumente" prin care Stelian Cârstean îşi susţine utila şi valoroasa sa lucrare sunt întrutotul valide: calitatea ştiinţifică a multora dintre cercetările realizate, contribuţia lor la cunoaşterea mai completă a domeniul larg al culturii populare, recunoaşterea, astfel, a meritelor incontestabile ale unor harnici, devotaţi şi învăţaţi cercetători care au publicat roadele muncii lor în regia instituţiilor menţionate.

Prezentarea analitică exactă a celor 634 de volume, grupate în patru mari secţiuni: I. Generalităţi; II. Etnografie; III. Artă populară; IV. Folclor, este însoţită de toate auxiliarele necesare (indici de nume, de locuri, de materii, întocmite cu extremă acribie şi profesionalism), ceea ce face din *Bibiografia* întocmită de Stelian Cârstean un instrument de lucru indispensabil cercetătorilor fenomenului culturii populare româneşti de astăzi şi se constituie într-un imbold pentru ducerea la bun sfârşit a marilor proiecte ale folcloristicii româneşti (corpus, atlas, tipologii, bibliografie), toate începute cu peste patruzeci de ani în urmă, toate cu notabile realizări parţiale, dar, vai!, nici măcar unul singur dus integral până la capăt. Este şi cazul *bibliografiei* din care, în afara celor două masive volume datorate lui Adrian Fochi şi coechipierilor săi (I, 1968; II, 2002), alte secvenţe, realizări parţiale, sunt deja elaborate, unele şi publicate (vezi, de ex., contribuţiile în acest sens ale lui Ion Muşlea, Ion Taloş, Adrian Fochi publicate în "Revista de Folclor" în anii 1956 - 1963, ca şi Bibliografia "Revistei de Etnografie şi Folclor" (1956 - 1980) şi 1981-1993, apărută în "R.E.F. Tomul 25, nr. 2, 1980, respectiv Tomul 39, nr. 3-4, 1994.

Lucrarea realizată de Stelian Cârstean, chiar dacă acoperă doar un segment al cercetării culturii noastre populare, desfăşurată într-un anumit cadru instituţional, reprezintă o contribuţie remarcabilă la împlinirea unui proiect major al folcloristicii româneşti. Căci, dacă autorul nostru, lucrând solitar, ca şi contemporanul său, Iordan Datcu, a reuşit, cu tenacitate şi dăruire, să ducă la capăt un proiect cuprinzător ca acesta, de ce nu ar fi în stare institutele de profil, cu zeci de oameni plătiţi de-a lungul a zeci de ani pentru aceasta, să se apropie cel puţin de capătul unui drum început şi jalonat de mari înaintaşi precum B. P. Hasdeu, Ovid Densusianu, D. Caracostea, C. Brăiloiu, Mihai Pop, Adrian Fochi, Ovidiu Bârlea, Gheorghe Vrabie, Romulus Vulcănescu, întemeietori şi ziditori de trainice monumente ale culturii naţionale.

Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj, *organizează în perioada 5-8 mai 2004, la Craiova, Colocviul Internaţional Moartea şi Orientul* - "La mort et l'Orient"

Dacă în Europa Occidentală moartea a constituit subiectul unor interesante dezbateri şi lucrări ştiinţifice, unele de o deosebită calitate, în ciuda unui interes constant manifestat şi de specialişti din Răsărit, suntem departe de a vorbi de o consistenţă calitativă similară şi pentru această regiune. Varietatea surselor şi persistenţa unor practici funerare care sunt departe de a-şi fi erodat semnificaţiile ar putea îndreptăţi crearea unui câmp de cercetare cel puţin la fel de interesant. Numai valorificarea comparativă a rezultatelor obţinute este în măsură să ofere o imagine de ansamblu a dialogului în care societăţile europene s-au angajat cu moartea, trăsăturile specifice şi notele comune ale acestui proces.

Intenţia noastră este ca participanţii la colocviu (etnologi, antropologi, istorici, filologi, teologi) să valorifice în comunicările lor rezultatele propriilor cercetări cu accent pe:

1.sursele utilizate şi reprezentativitatea lor în tratarea temei;

2.metodologia (metodologiile) folosită(e) şi eficienţa ei (lor);

3.posibilitatea ca rezultatele să fie utile şi colegilor, aparţinând altor discipline umaniste.

Vor fi încurajate în mod deosebit dezbaterile între specialişti de formaţii diverse, textele care vor constitui baza lor urmând să fie publicate ulterior într-un volum special. Textele construite dintr-o perspectivă interdisciplinară şi comparată vor fi în mod special binevenite.

Limbile oficiale ale colocviului vor fi franceza şi engleza.

Programul conferinţei

Miercuri, 5 mai 2004 - Sosirea participanţilor

Joi, 6 mai 2004

0ra 10,00 - Deschiderea oficială, Palatul Administrativ Craiova
0ra 10,30- Pauză
0ra 11,00- Comunicări:

Michel VOVELLE (Université de Paris I), *Les représentations devant la mort: sources et problèmes, état de recherches-ouvertures sur une comparaison Orient-Occident*

Nicolae CONSTANTINESCU (The University of Bucharest), *Death and Resurection (re-birth) – symbolic representations of the ritual*

Cristina BOGDAN (Faculté de Lettres, Université de Bucarest), *La Mort et sa place dans l'iconographie des églises roumaines (XVIIIe-XIXe siècles)*

Lucia OFRIM (The Faculty of Letters of the University of Bucharest), *Managing Grief and Loss in Romanian Popular Traditions*

Bojan JIKIC (University of Belgrade, Department of Ethnology), *Representations of Human Body and Personality in Traditional Serbian Funerary Rites*

Biljana SIKIMIC and AnneMarie Sorescu (the Institute for Balkan Studies of Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade), *The Concept of Loneliness and Death among Vlachs in Northeastern Serbia*

Francesco MASSIP (Université de Barcelone), *Traces d'Orient dans les danses macabres d'art occidental: le cas catalan*

Assia POPOVA (Centre Nationale de la Recherche Scientifique, Paris), *L'invention de la kollyva (mythes et croyances bulgares)*

0ra 13,30 - Vernisaj - Expoziţie de fotografie - Galeria "Cromatic" - Centrul Judeţean pentru Conservarea şi Promovarea Culturii Tradiţionale Dolj

0ra 14,30- Dejun
0ra 16,00- Comunicări

Laurenţiu VLAD (Faculté de Sciences Politiques, Université de Bucarest), *La peine de la mort en Valachie a la fin du XVIIIe siecle et au debut du XIX siecle.*

Petko HRISTOV (Ethnographic Institute with Museum - BAS, Sofia), *Neither Alive, Nor Dead – The Status of the 'Marginal' Man in the South Slavic Tradition"*

Sanda LARIONESCU (Le Musée Nationale du Village « Dimitrie Gusti », Bucarest)

Maggie JACKSON (the University of Teesside - England), *Looking around us to talk about death (using the environmental, social and cultural resources to teach about loss and death to social work students)*

Cristiana TEODORESCU (Faculté de Lettres de l'Université de Craiova), *Stupeur et tremblement : la « mort » symbolique au Japon.*

0ra 18,00- Pauză
0ra 18,15- Comunicări

Florenta POPESCU (Faculté de Lettres, Université "Spiru Haret", Bucarest), *Les announces funeraires – entre l'espace prive et l'espace public*

Marius ROTAR (The Center for Studies in History and Politics « Iuliu Maniu » of the University '1st December 1918', Alba -Iulia), *In Search of Significance. Death and its Explanations in Transylvania in the Latter Part of the 19th Century*

Mihai FIFOR (The Center for Studies in Folklife and Traditional Culture Craiova)

Laura JIGA (The Academy of Romania – The Institute of Folklore and Ethnography "C. Brăiloiu", Bucharest), *Monks identity after Death*

Dimitrina KAUFMAN (The Institute of Folklore, The Academy of Bulgaria), *Funeral Lamentation in Bulgaria*

0ra 20,00- Cina
0ra 21,00-Gală de film

Vineri 7mai 2004

0ra 9,00- Comunicări

Sabina ISPAS (The Academy of Romania – The Institute of Folklore and Ethnography "C. Brăiloiu", Bucharest), *The Dying of Death and the Resurection of Life*

Ligia LIVADĂ-CADESCHI (Faculté de Sciences Politiques, Université de Bucarest), *Le rôle sotériologique et social de l'aumône dans le monde roumain entre l'Ancien Régime et la modernité*

Clara SARAIVA (Faculdade de Ciencias Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa), *Conceptions of death and funerary rituals in contemporary Portugal*

Narcisa ŞTIUCĂ (The Faculty of Letters of the University of Bucharest), *North versus South: the Romanian Attitude Before Death*

0ra 10,20- Pauză
0ra 10,50- Comunicări

Laura MESINA, *La politologie et la politographie de la mort dans la litterature princiare roumanie medievale*

Cristina GAFU (The Academy of Romania - The Institute of Ethnography and Folklore « C. Brailoiu », Bucharest), *The Symbol of Light in the Romanian Funeral System*

Ileana STĂNCULESCU (L'Institut d'Histoire et de Théorie Littéraire 'G.Calinescu' de L'Académie Roumaine, Bucarest), *Mort et résurection dans l'iconographie et les écrits de Moldavie du XVIe siècle*

Mirjam MENCEJ (Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Faculty of Arts, Ljubljana), *Water and Death in Slavic folk beliefs and customs*

Ljupko Risteski (Department of Ethnology, the Faculty of Natural Sciences and Mathematics, the University « Sts. Cyril and Methodius », Skoplje), *The Death and the Laughter*

0ra 13,00- Turul oraşului
0ra 16,30- Comunicări

Marianne MESNIL (Université Libre, Bruxelles), *Le corps, l'amour, la mort. Petit voyage ethnologique de l'Occident vers l'Orient de l'Europe*

Nicolae PANEA (Faculté de Lettres, Université de Craiova), *Titre réservé*

Alexandru OFRIM (Faculté de Lettres, Université de Bucarest), *Themes divinatoires concernant la mort dans les croyances populaire roumains*

Lucian NASTASĂ-KOVACS (Institut d'Histoire, Cluj-Napoca), *Les rituels funeraires dans le milieu intellectuel roumain (1864-1964)*

Otilia HEDEŞAN (The Faculty of Letters of the West University of Timi°oara), *Goodbye from Vanessa. The Romanian* ***ver°*** *at the beginning of IIIrd millenium*

0ra 18,00- Pauză
0ra 18,30- Comunicări

Cătălina VELCULESCU (L'Institut d'Histoire et de Théorie Littéraire 'G.Calinescu' de L'Académie Roumaine, Bucarest), ***Ars bene moriendi*** *dans un manuscrit du Xe siècle, traduit en roumain*

Rodica ZANE (Faculté de Lettres de l'Université de Bucarest), *Monuments funéraires et la mémoire des défunts dans les cimetières de Bucarest*

Chiara GARATTINI (the National University of Ireland in Maynooth), *Memorializing Infantile death in Irish Cultural History. How traditional are modern dilemmas ?*

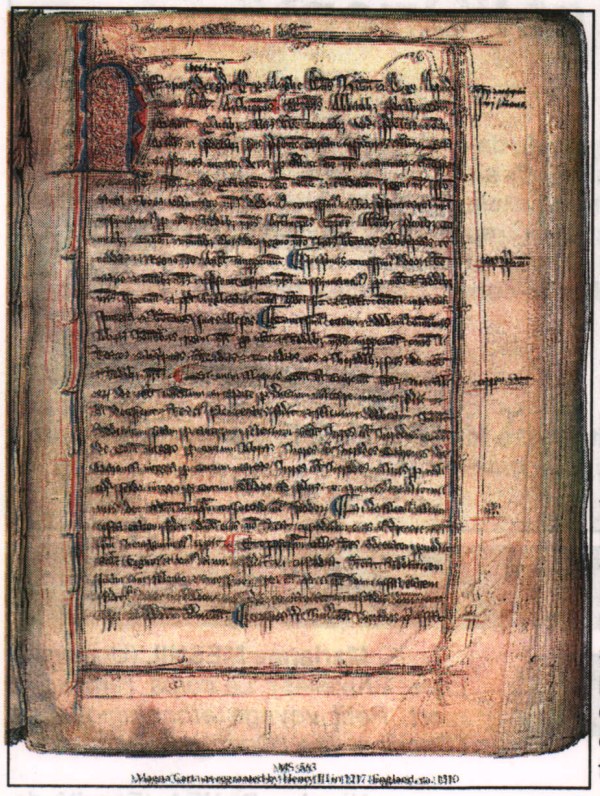
Peter Mario KREUTER (Universitäts - und Landesbibliothek Bonn 'Virtuelle Fachbibliotheque Romanistik', Bonn), *Les médecins et les morts étranges ou comment le vampire parvint à sucer du sang*

Nicolae MIHAI (Faculté d'Histoire et de Philosophie /Centre d'Etudes sur la Culture Traditionnelle, Craiova), *Société, mémoire et mort chez les Roumains (XVIIIe-XIXe siècles): l'usage du testament en Olténie*

Sâmbătă, 8 mai 2004
0ra 10,00- Concluzii
0ra 11,00- Închiderea conferinţei

Studia

Tipărituri şi cultură "populară" (secolele al XVIII-lea şi al XIX-lea)



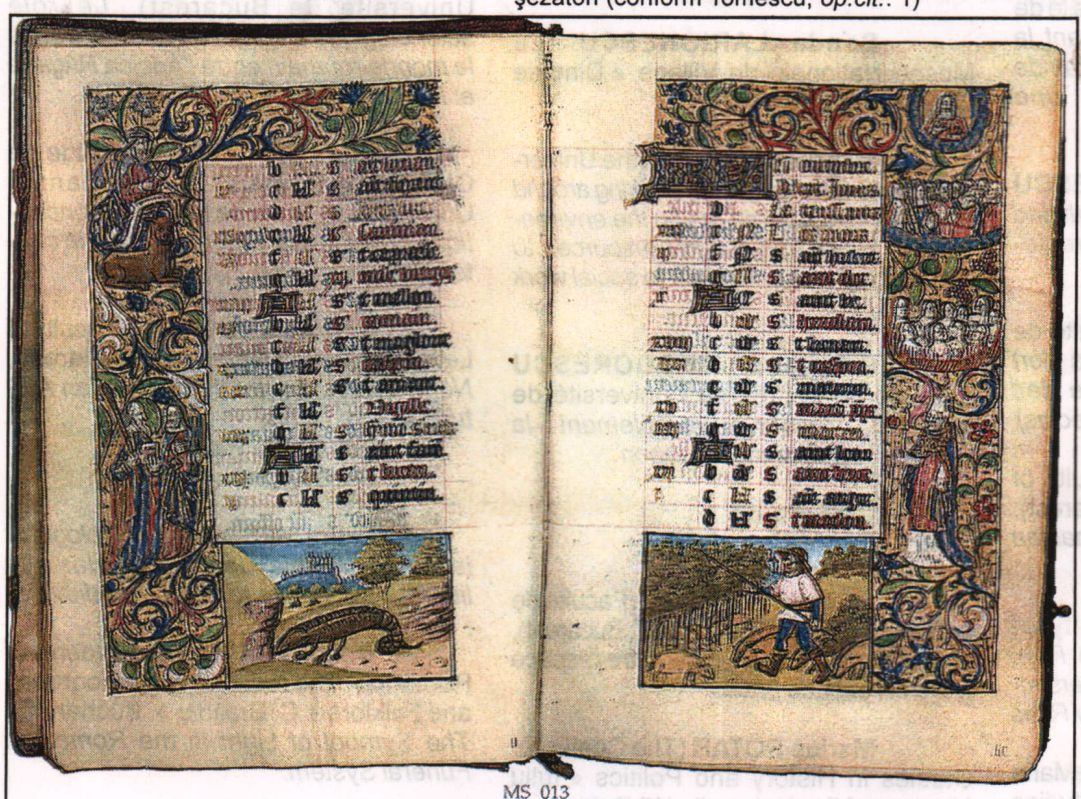
(continuare din pagina 5)

Definirea folclorului în relaţie obligatorie cu satul şi cu trecutul excludea din sfera preocupărilor programatice a restituirilor şi revalorizărilor folclorice, expresiile orale ale culturii create şi colportate în mediile orăşeneşti contemporane epocii. Prezenţa în calendare a ceea ce ulterior, la maturizarea disciplinelor, se va numi folclor contemporan, folclor urban, dar care la vremea respectivă nu era considerat folclor este sporadică şi se datorează, din nou, cerinţelor pieţei şi ale modei. Neinvestite cu valori ideologice, variantele folclorului urban se bucurau de mai multă libertate din partea editorilor şi erau redate în forme mai apropiate de cele originale. Aşa este cazul unui *"Calendar pe anul de la Hristos 1854. Care cuprinde în sine prognosticele babelor şi prevestirile lui Cazania Şi Arătarea serbărilor de peste an, citirea Evangheliilor şi răsărirea şi apunerea soarelui. Şi Câteva poveşti sau anecdote desfătătoare, cum şi* **câteva cântece ce se cântă acum** (s.n.L.J.)", tipărit la Bucureşti de către Anton Pann.

3. Cel de-al treilea factor căruia i se datorează prezenţa elementelor de cultură tradiţională rurală în cuprinsul calendarelor îl reprezintă iniţierea activităţilor de culegere şi antologizare a folclorului şi descrierilor etnografice. Exemplul cel mai ilustru este *"Călindariu julianu, gregorian şi poporalu românu. Acesta din urmă cuprinde în sine tote serbătorile, datinile şi credinţele strămoşeşti cu comentarii pe anul 1882"*, de Simeon Mangiuca, calendar continuat în 1883. Până la un punct, avem de-a face cu un text similar unui calendar popular care conţine genealogiile monarhiilor europene, datele sărbătorilor mobile, date astronomice şi astrologice, tabelele calendaristice cu sfaturi practice şi comentarii marginale ale autorului, dar, mai departe şi având ponderea cea mai mare, urmează o antologie a obiceiurilor ţărăneşti sistematizate după criteriul temporal anual şi comentarea lor din perspectivă mitologizantă.

Este vorba despre o lucrare cu pretenţii ştiinţifice, scrisă "pentru istoria culturii şi pentru originile noastre romane"[11], adresată în primul rând celor preocupaţi de aceste probleme şi de la care a primit 6 recenzii pozitive. Cartea a circulat, însă, şi printre oamenii simpli, mai puţin interesaţi de comentariile autorului, dar receptivi la partea despre obiceiuri şi practici magice, putem deducem din protestul unor demnitari ai bisericii faţă de "acest călindariu care va lăţi şi propaga superstiţiunea (credinţa deşartă) în popor" [12]. Conform distincţiei terminologice "poporan" (creat de popor) şi "popular" (cu largă circulaţie), propuse, la noi, de către B.P.Hasdeu, calendarul lui Mangiuca este "poporan" doar în sensul provenienţei obiceiurilor şi practicilor descrise, nu şi în ceea ce priveşte sistematizarea lor calendaristică, care aparţine, de fapt, autorului.

Circulaţia calendarelor în toate provinciile româneşti, printre români şi, eventual, celelalte grupuri etnice, a avut ca o primă consecinţă îmbogăţirea repertoriilor folclorice zonale cu elemente provenite din alte zone, cu elemente de factură livrescă şi cu împrumuturi culturale. O a doua consecinţă, mai profundă, constă în modificarea sistemului tradiţional de transmitere folclorică, canalelor orale de transmitere adăugându-li-se cele scrise, prin care unei creaţii imateriale îi este conferit suportul material asupra căruia mecanismele specifice oralităţii nu mai acţionează. Nu se mai poate vorbi despre un flux continuu de creare şi colportare a variantelor, ci despre fixarea unei singure versiuni, la rândul ei construită prin combinarea convenţiilor oralităţii cu cele ale scrierii.



MS 013
Calendar, illuminated in the style of Jean Colombe and Maître François. Tours, ca. 1480

Imaginile provin din colecţia SchØyen - www.nb.no./baser/schoyen/5/547/index.htm

Note

1 Răduică, Georgeta, Răduică Nicolin 1981. *Calendare şi almanahuri româneşti. 1731-1918. Dicţionar Bibliografic*, cuvânt introductiv de M. Zaciu, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică: 20.

2 De exemplu, "pocosturile sau vernicsele cele ce nu vor zugravii să arate ucenicilor săi. Cum să face apa cea tare, adecă seiţu vaseru, cum sa face ceara albă, roşie sau verde", în Mircea Tomescu, *op.cit.*: 30.

3 Răduică, Georgeta, Răduică, Nicolin 1981. *Calendare şi Almanahuri româneşti. 1731-1918. Dicţionar bibliografic*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

4 Pann, Anton. *Calendar în care să cuptind toate trebuincioasele materii după caracterul şi faptele muerilor cele rele, prin Vanoftie Setosul, matematicul stelelor, sticlelor şi urcioarelor.*

5 Folosim această sintagmă în accepţiunea pe care i-o acordă Roger Chartier în *Les usages de l'imprimé (XVe – XIXe siècle)*, sous la direction de..., Fayard, 1987: 5-24.

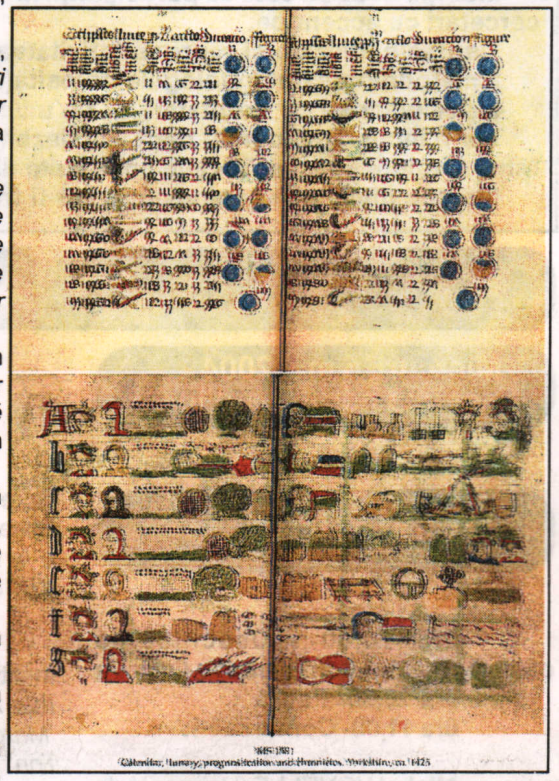
6 Aflăm din « Predoslovia » scrisă de Mihail Striblițchi în 1875. Ulterior, sintagma titlu *« Almanah/Calendar de învăţătură şi petrecere »* va fi foarte frecvent folosită.

7 Din secolul al XVIII-lea tipărirea cărţilor devine mijloc de subzistenţă, iar printre tipografi se numără persoane de provenienţă rurală.

8 Citirea publică a calendarelor în şezători (conform Tomescu, *op.cit.*: 1) este o informaţie importantă, dar singulară (putem bănui perpetuarea acestei maniere de lectură atestă în cazul cărţilor populare) şi nedezvoltată. Nu ştim **ce** se selecta din cuprinsul calendarului, sfaturile practice, previziunile astrologice sau « poveştile » ? Nu ştim **cine** performa lectura (spre exemplu, care era rolul copiilor trimişi iarna la şcolile săteşti etc).

9 Avem o însemnare marginală pe un calendar « de şapte planete » din 1859 – « Acestu calendaru este celu mai mincinosu din toate calendarele care au fostu şi care va fi şi care suntu. Şi acela carele l-au facut, este că s-au arătatu talentatu sau de a spunea minciuni mari şi neauzite » (apud. Tomescum *op.cit.:* 89), dar ea rămâne izolată, deocamdată, şi neintegrată unui studiu.

10 În ceea ce priveşte secolul al XIX-lea, Alexandru Duţu sugera următoarea specializare între sat şi oraş, a literaturii cu destinaţie populară: calendarele s-ar fi distribuit, în special, dar nu numai, în mediile urbane şi semiurbane, cărţile populare rămânând destinate mediilor rurale A. Duţu, *La circulation de l'imprimé dans le Sud/Est européen entre le XVIIIe et le XIXe siècle*, in volumul Roger Chartier et Hans-Jürgen Lüsebrink (sous la dir.), *"Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVIe-XIXe siècles"*, IMEC, Paris, 1996: 165-172.



11 În Calendarul pe 1882: 35.

12 *Ibidem.*: 36.

BIBLIOGRAFIE

Răduică,Georgeta, Răduică Nicolin 1981. *Calendare şi almanahuri româneşti. 1731-1918. Dicţionar Bibliografic*, cuvânt introductiv de M. Zaciu, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Tomescu, Mircea 1957. *Calendarele Româneşti. 1733-1830. Studiu şi bibliografie*, Bucureşti, Editura de Stat şi Pedagogică.

Pann, Anton. *Calendar în care să cuptind toate trebuincioasele materii după caracterul şi faptele muerilor cele rele, prin Vanoftie Setosul, matematicul stelelor, sticlelor şi urcioarelor.*

Chartier,Roger 1987. *Les usages de l'imprimé (XVe – XIXe siècle)*, sous la direction de..., Fayard.

Duţu, Alexandru 1996. *La circulation de l'imprimé dans le Sud/Est européen entre le XVIIIe et le XIXe siècle*, în volumul Roger Chartier et Hans-Jürgen Lüsebrink (sous la dir.), *" Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVIe-XIXe siècles"*, IMEC, Paris.

Arche
ISSN 1583-9966

CENTRUL JUDEŢEAN PENTRU CONSERVAREA ŞI PROMOVAREA CULTURII TRADIŢIONALE DOLJ
Strada Alexandru Macedonski nr. 28, Craiova, 200383; tel/fax: 0040 251 524844, 0040 251 523053, e-mail: ccpdolj@yahoo.com

Redacţia: ● Redactor şef: Mihai FIFOR ● Secretar de redacţie: Minodora MELCIOIU ● Redactori: Nicolae DUMITRU, Daniela IANCU, Andreea BRATU, Sebastian CORNEANU, Mihnea BĂLOSU ● Foto: Marian NICOLAE ● DTP: Antipa CROITORU